Comunicação, cultura e linguagem

ANITA SIMIS
ANNA FLORA BRUNELLI
ARLINDO REBECHI JUNIOR
CARLO JOSÉ NAPOLITANO
LUCILENE DOS SANTOS GONZALES
MARIA CRISTINA GOBBI
SUELY MACIEL
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO, CULTURA E LINGUAGEM

Cultura Acadêmica
Praça da Sé, 108
01001-900 – São Paulo – SP
Tel.: (0xx11) 3242-7171
Fax: (0xx11) 3242-7172
www.culturaacademica.com.br
feu@editora.unesp.br

CIP – BRASIL. Catalogação na publicação
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

C739

Comunicação, cultura e linguagem [recurso eletrônico] / organização Anita Simis ... [et al.]. – 1. ed. – São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

recurso digital

Formato: ePDF
Requisitos do sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
ISBN 978-85-7983-560-5 (recurso eletrônico)

1. Linguagem e cultura. 2. Comunicação intercultural. 3. Livros eletrônicos. I. Simis, Anita.

14-16633 CDD: 418.02
CDU: 81’25

Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe

Associação Brasileira de Editoras Universitárias

Sumário

Breve apresentação

A obra *Comunicação, cultura e linguagem* surgiu de um debate promovido pela Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPe/Unesp), no ano de 2013, cujo principal objetivo foi reunir seus diversos pesquisadores das Humanidades para que pudessem trocar experiências em seus respectivos saberes. Foi nessa ocasião que, agrupados por afinidades, os pesquisadores de Comunicação, em suas diversas faces e linhas de pesquisa, puderam iniciar um intenso trabalho de organização desses artigos. O propósito era desenvolver uma iniciativa que, a um só tempo, pudesse demonstrar o estado da questão no campo da Comunicação e também demonstrasse a experiência singular e atuante dos pesquisadores dessa área no âmbito da Unesp.

Alinhada ao espírito da coleção Desafios Contemporâneos, esta obra procura reunir reflexões sobre os problemas contemporâneos que dialogam com o campo acadêmico e científico da área da Comunicação. Depois de um longo percurso de reflexão, foram criados três eixos norteadores dentro da obra, a saber:

(1) *As múltiplas formas de linguagem e produção de sentido*: eixo preocupado em investigar o campo da produção, da

circulação e do funcionamento e das estruturas da linguagem nas diversas mídias e nas suas diversas tipologias textuais (verbais, não verbais ou sincréticas);

(2) *Políticas e estratégias da Comunicação*: eixo que se ocupa dos processos e fluxos de comunicação no mundo contemporâneo, tendo em vista sua relação com o universo da política na sociedade;

(3) *Relações socioculturais e suas manifestações na esfera da indústria cultural e das mídias digitais*: eixo que analisa criticamente todas as dimensões dos processos, da difusão e da recepção dos produtos midiáticos em sua relação sociocultural no mundo contemporâneo.

Sem sombra de dúvida, o desejo de todos os organizadores, num livro tão heterogêneo, é de que o volume suscite um amplo debate em torno dos diversos eixos contemplados. Boa leitura.

Organizadores

I. As múltiplas formas de linguagem e produção de sentido

Organizadoras do eixo

Anna Flora Brunelli
Lucilene dos Santos Gonzales
Suely Maciel

Enunciados destacados no discurso jornalístico

Anna Flora Brunelli[1]

Introdução

Dentre as diversas contribuições de Maingueneau para a atualização da Análise do Discurso de linha francesa, podem-se destacar suas reflexões sobre a circulação das fórmulas, nos mais diversos meios, especialmente na mídia. O termo vago "fórmulas"[2] se aplica normalmente a enunciados curtos, dotados de certas propriedades que facilitam sua memorização e, consequentemente, sua circulação, que pode ser bem intensa, inclusive. Como muitos desses enunciados foram extraídos,

1 Departamento de Estudos Linguísticos e Literários (Dell), do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas (Ibilce), Unesp/câmpus de São José do Rio Preto (SP). FEsTA – Centro de Pesquisa Fórmulas e estereótipos: teoria e análise, vinculado ao Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), Unicamp. E-mail: anna@ibilce.unesp.br.

2 Para uma compreensão mais profunda da noção de fórmula, sugere-se Motta e Salgado (2011), obra que reúne um conjunto de artigos que, com base nas reflexões de Maingueneau e de Alice Krieg-Planque sobre o tema, analisam diversas fórmulas discursivas, oferecendo ao leitor a oportunidade de se familiarizar com tendências bastante atuais da Análise do Discurso de linha francesa.

quer dizer, destacados de textos, o autor os chama de "enunciados destacados". Neste capítulo, apresenta-se um apanhado geral da teoria proposta por Maingueneau a respeito desses enunciados e de suas propriedades. Posteriormente, com base nos conceitos apresentados, analisam-se aspectos de enunciados destacados no discurso jornalístico.

1. Enunciados destacados e a enunciação aforizante

De acordo com os trabalhos de Maingueneau sobre os enunciados destacados, há duas classes distintas de enunciados desse tipo, conforme o destacamento do enunciado seja constitutivo ou por extração. Assim, de um lado, há os provérbios e todas as fórmulas sentenciosas que não são dotadas de um contexto situacional nem de cotexto original, caso em que o destacamento é constitutivo, e, de outro lado, estão os fragmentos extraídos de um texto específico. Neste último caso, como observa Maingueneau (2010), a extração não acontece de maneira aleatória, especialmente porque certos enunciados ou fragmentos de enunciados têm propriedades que favorecem a sua memorização e, consequentemente, a sua extração, isto é, que os tornam destacáveis. Por exemplo: uma relação mais direta com a temática central do texto, o lugar privilegiado em que se encontra no texto (normalmente o final, as últimas palavras de um texto) e certas propriedades enunciativas, como a de ser um enunciado generalizante, dotado de um *ethos*[3] mais solene.

---

3 Em linhas gerais, o *ethos* diz respeito à imagem do enunciador projetada pela sua enunciação, pelo modo como enuncia. Segundo Maingueneau (2006), qualquer texto, seja escrito ou oral, tem uma "vocalidade" específica relacionada a uma certa caracterização do corpo do enunciador, "um fiador, que, por meio de seu '*tom*', atesta o que é dito" (Maingueneau, 2006, p.61). Na obra

A presença dessas propriedades, que tornam um enunciado sujeito ao destacamento, não configuram necessariamente um caso de destacamento propriamente dito. Na verdade, tais propriedades apenas realçam um enunciado do texto (ou mesmo uma de suas partes) em relação aos demais. Esse fenômeno é chamado pelo autor de sobreasseveração. A sobreasseveração não entra na lógica das citações, como é o caso dos enunciados que são efetivamente destacados; trata-se apenas de uma modulação da enunciação que torna um fragmento de texto destacável, isto é, sujeito a sofrer uma "destextualização". É, então, uma operação de realçamento de fragmento do texto em relação ao resto do cotexto, por isso o autor difere a destacabilidade do destacamento. A esse respeito, o autor adverte:

> Parece-nos preferível não confundir uma lógica de *sobreasseveração* – que faz aparecer uma sequência sobre um fundo textual – e uma lógica de *aforização* (para ser exato, um *destaque aforizante*) que implica um tipo de enunciação totalmente diferente: uma outra figura do enunciador e do coenunciador, do estatuto pragmático do enunciado. A aforização atribui um novo estatuto à citação. (Maingueneau, 2006, p.90)

E ainda:

> No caso de uma sobreasseveração [...] não é possível falar de "citação": trata-se somente de uma operação de destaque do trecho que é operada em relação ao restante dos enunciados, por meio de marcadores diversos: de ordem aspectual (genericidade), tipográfica (posição de destaque dentro de uma unidade textual), prosó-

---

citada, o autor esclarece que opta por uma concepção "encarnada" do *ethos*, na qual a dimensão verbal está associada a um conjunto de determinações físicas e psíquicas, os estereótipos sociais que a enunciação contribui para reforçar ou transformar.

dica (insistência), sintática (construção de uma forma pregnante), semântica (recurso ao tropos), lexical (utilização de conectores de reformulação) [...]. (Maingueneau, 2010, p.11)

Desse modo, uma frase não tem necessidade de ser sobreasseverada, de ser destacável, para ser efetivamente destacada: muitas frases célebres que circulam especialmente nas esferas midiáticas não foram sobreasseveradas em seu texto fonte. De fato, na esfera midiática de hoje, os enunciados destacados, sobreasseverados inicialmente ou não, são bastante frequentes. Assim, enunciados sobreasseverados e outros que não haviam sido sobreasseverados se destacam de textos para serem citados no paratexto como títulos e subtítulos. Pequenas frases ditas por políticos também se destacam de seus contextos originais e passam a circular livremente, em vários meios de comunicação ao mesmo tempo, especialmente na internet, invadindo, inclusive, os mais diversos sites, blogs, fóruns.

Conforme propõe Maingueneau, diferentemente dos enunciados apenas sobreasseverados, os destacados têm um *status* pragmático especial, isto é, eles decorrem de um regime de enunciação específico, a que o autor chama de enunciação aforizante, em oposição à enunciação textualizante. Algumas diferenças entre essas duas ordens enunciativas são:

a) na enunciação textualizante, há posições correlativas de produção e de recepção, que são especificadas pelas restrições da cena relativa ao gênero a que o texto pertence. Trata-se de papéis pertinentes para a cena verbal, na qual a responsabilidade do dizer é partilhada e negociada. Por outro lado, na enunciação aforizante, em vez de posições correlativas, há uma instância que fala a uma espécie de auditório universal, que não se reduz a um destinatário local específico; não há, então, protagonistas colocados

no mesmo plano, pois a enunciação, de tipo monologal, centra-se no locutor, apreendido em sua totalidade, numa plenitude imaginária, na qual não há ruptura entre a instância discursiva e a instância tomada fora da enunciação. Nesse caso, é o próprio indivíduo que se exprime, além e aquém de qualquer papel discursivo;

b) na enunciação textualizante, os pensamentos estão articulados por meio das tradicionais restrições de jogos de linguagem de diversas ordens (argumentar, narrar, responder etc.); na aforizante, o enunciado se apresenta como a expressão do pensamento de seu locutor, independentemente de qualquer jogo de linguagem. Não se trata, então, de uma argumentação, nem de uma resposta, nem de uma narração, mas de uma tese, de uma afirmação soberana;

c) na enunciação textualizante, há heterogeneidade enunciativa, por exemplo: diferentes figuras do enunciador, diferentes *status* polifônicos (citações), diferentes planos do texto (primeiro plano e segundo plano e/ou plano de fundo), diferentes modos enunciativos (embreado e desembreado). Na enunciação aforizante, não há mudança de planos enunciativos.

Além disso, enquanto a enunciação textualizante resiste à apropriação por uma memória (afinal, não é fácil memorizar um texto inteiro), a aforizante pretende ser uma fala sempre disponível, que estaria atualizando o que seria, de fato, "memorável". Na verdade, trata-se de um efeito de sentido desse tipo de enunciação, que se pretende como parte de uma repetição que a sua própria enunciação autoriza. Com isso, o sujeito enunciador, por meio da aforização, vai além da diversidade das interações imediatas dos gêneros textuais. Esse sujeito enunciador, o aforizador, assume um *ethos* específico, isto é, o *ethos* daquele que está no alto, do indivíduo autorizado que está em contato com

uma fonte transcendente. Ele é aquele que enuncia algo que prescinde de negociação, como uma tese, uma verdade. Por isso, a aforização implica um sujeito enunciador que se situa como Sujeito de pleno direito. Assim, neste tipo de enunciação, o sujeito enunciador, segundo Maingueneau, coincide com o sujeito no sentido jurídico e moral: alguém que se põe como responsável, afirma valores e princípios perante o mundo, dirigindo-se a uma comunidade que está além dos interlocutores empíricos que são seus destinatários.

Em virtude de todas as propriedades citadas, a enunciação aforizante não entra na lógica do texto e do gênero do discurso, mas ela é parte de um texto, já que não existe enunciado fora de texto, isto é, enunciado que não pertença a um certo gênero, que não siga uma rotina, um ritual etc. Por isso, Maingueneau nos esclarece que a aforização é sempre convocada num texto que, por natureza, não é absoluto, embora ela pretenda ser uma fala absoluta, descontextualizada. No caso do discurso jornalístico, por exemplo, uma frase destacada do texto e empregada como título, é parte da matéria que lhe segue. A enunciação aforizante acumula, desse modo, a propriedade de pertencer a um gênero do discurso sem precisar entrar na lógica desse gênero, dada a sua pretensão de ser uma fala absoluta.

Considerando, então, conjuntamente as propriedades desses dois tipos de enunciação, Maingueneau concluiu:

> As enunciações textualizantes e aforizantes não representam as duas possibilidades de uma alternativa, como se os locutores falassem ou por textualização ou por aforização. Toda aforização intervém em uma textualização: é uma encenação construída por outro locutor, um citador. A aforização vem, portanto, minar a capacidade da textualização. Ela faz aparecer a existência de outro regime enunciativo, em que há sujeitos de pleno direito e não somente locutores e enunciadores, a expressão de uma interioridade e não

> somente uma negociação no interior de uma rede de normas e de interações situadas. E não é o menor dos paradoxos que o texto seja ao mesmo tempo o lugar em que se constitui a aforização e aquilo que ela tem por natureza contestar. Desse ponto de vista, é o texto que fabrica o que o contesta. (Maingueneau, 2010, p.23-4)

A descontextualização das aforizações tem um efeito muito significativo sobre os enunciados destacados, isto é, ela provoca uma opacificação de seu sentido, que exige um trabalho interpretativo, no qual dizendo X, o locutor implica Y, onde Y pode ser, por exemplo, um enunciado genérico de valor deôntico (cf. Maingueneau, 2010, p.15). Daí o *ethos* solene a que o autor havia se referido, *ethos* próprio ao indivíduo autorizado, que está em contato com uma fonte transcendente. O conteúdo do enunciado deve ser entendido, portanto, como uma verdade, que prescinde de negociação. Para exemplificar o valor deôntico desse tipo de enunciado, Maingueneau cita o caso de uma aforização apresentada pela revista *Veja* numa seção inteiramente dedicada a enunciados destacados: trata-se da seção "Veja Essa". Na edição de 3 de setembro de 2003, essa seção apresenta, entre outros, o seguinte enunciado destacado, atribuído à cantora Preta Gil: "Eu me acho linda". Conforme Maingueneau (2010), apesar de esse ser um enunciado aparentemente trivial, como toda aforização, tem um sentido que vai além de seu sentido mais imediato e pode ser entendido como um enunciado genérico com valor deôntico, tal como: "Não se deve ter vergonha de ser gordo", "Deve-se ter orgulho de ser negro", "A gente deve se amar", "Ninguém deve esconder o corpo" etc.

Assim, nota-se que os enunciados destacados exigem um trabalho interpretativo por parte de seus destinatários, trabalho esse cujo grau de exigência pode variar consideravelmente, especialmente porque as aforizações não formam um conjunto homogêneo. A esse respeito, Maingueneau (2011) afirma que

a interpretação desses enunciados é condicionada por diversos "enquadramentos", isto é, por categorias pragmáticas que orientam seu tratamento interpretativo. Desse modo, é possível que um enunciado aforizado receba diferentes tratamentos, conforme o enquadramento ao qual seja submetido. Para o autor, há índices de diversas ordens que interagem quando da seleção de um enquadramento pelo destinatário. No discurso jornalístico, por exemplo, os gêneros ditos sérios (das seções de economia, política, notícias internacionais etc.) privilegiam a dimensão informativa das aforizações, mas as colunas sociais e as seções dedicadas à vida das celebridades apelam, certamente, à expressão dos afetos. Um índice linguístico também pode ser relevante nesse processo: por exemplo, uma aforização fortemente carregada de figuras de linguagem reduz consideravelmente suas chances de receber um enquadramento meramente informativo. A identidade do aforizador é outro fator que pode desempenhar um papel importante: uma aforização atribuída a um intelectual não terá por certo o mesmo tipo de enquadramento que outra atribuída a um cantor popular.

Para o caso das aforizações que circulam no espaço midiático, Maingueneau refere-se, especialmente, a dois tipos de enquadramento: o enquadramento informativo e o testemunhal. O objetivo do primeiro é *fazer saber*, enquanto o segundo diz respeito à expressão de uma convicção diante do mundo. Esse segundo enquadramento pode reduzir ou até mesmo anular a dimensão informativa do primeiro. Pode ainda assumir modalidades distintas: sentenciosa ou personalizante. A primeira retoma valores de toda uma comunidade, reforçando seus laços. A modalidade personalizante, por sua vez, diz respeito à expressão direta dos afetos do locutor e não mais a afirmação de normas coletivas. Mesmo assim, o destinatário não escapa da necessidade de depreender as normas coletivas que dão legitimidade ao investimento subjetivo que mostra o enunciado. Como

bem observa Maingueneau, apesar de não ser sempre fácil para o destinatário identificá-las, o cotexto acaba contribuindo na realização dessa tarefa. Considerando, então, o cotexto, o destinatário se encontra em condições de reconstruir as normas e os valores que podem justificar a aforização, o que é glosado por Maingueneau da seguinte forma: considerando uma norma X, foi possível enunciar a aforização Y, onde a norma X é um enunciado generalizante com valor deôntico.

Feitos esses esclarecimentos relativos aos enunciados destacados, no próximo item apresentam-se subtipos de aforizações não sentenciosas. Em seguida, analisam-se aspectos de alguns enunciados destacados no discurso jornalístico, observando-se, em particular, o modo como ocorreu a operação de destacamento.

2. Enunciados destacados no discurso jornalístico

Conforme já dito, essencialmente, há dois tipos de aforizações: as que são autônomas por natureza, caso em que o destacamento do enunciado é constitutivo (os provérbios e todas as fórmulas sentenciosas que não são dotadas de um contexto situacional nem de cotexto original) e as aforizações que não são sentenciosas. Dentre as não sentenciosas, encontram-se as aforizações integradas no decorrer do texto e as aforizações do paratexto.

Quanto às primeiras, Maingueneau nota que há diversos fatores que intervêm, contribuindo ora para reforçar, ora para enfraquecer ou mesmo bloquear o caráter aforizante de um enunciado. Assim, enquanto o caráter genérico do enunciado favorece a aforização, o significado do verbo introdutor de uma citação em discurso direto, como “relatar”, que implica ligação entre frases, pode se opor à aforização. Por outro lado, verbos

ou locuções como "martelar", "repetir", "insistir", "tornar a dizer", em função da ideia de repetição que lhes caracteriza o sentido, favorecem a aforização.

Um caso bem interessante de aforização não sentenciosa no decorrer do texto são as citações que retomam um enunciado previamente aforizado. Para exemplificar esses casos, Maingueneau apresenta a seguinte passagem:

> Em 1974, François Mitterrand se deixou "derrotar" por Válery Giscard d'Éstaing e por sua célebre réplica *"O senhor não tem o monopólio do coração"*. (*20 minutes*, 2 de maio de 2007: 7; apud Maingueneau, 2010, p.18; grifo nosso)

Citações como essa são casos de aforização por natureza, consideradas por Maingueneau como casos de aforização *forte*, justamente por serem enunciados que foram separados do texto fonte, dos quais foram extraídos. Os melhores exemplos desse tipo de aforização são as citações da Bíblia, que são indefinidamente retomadas e indexadas por sua referência.

Outro tipo de aforizações não sentenciosas são os fragmentos textuais que são transformados em títulos, intertítulos, legendas, por meio de uma operação de externalização de um fragmento do corpo do texto, que é, então, inserido no paratexto. Nesses casos, o texto fonte, do qual o enunciado destacado foi extraído, é acessível ao leitor. Maingueneau os classifica, então, como casos de aforização *fraca*. Veja-se um exemplo, de um enunciado destacado que foi transformado em título:

(1) Novo Papa pode revigorar Igreja no Brasil, diz Dom Raymundo.

O enunciado em questão foi encontrado em um site de variedades (G1 do Globo), na seção notícias, entre um dos vários textos que foram divulgados na cobertura jornalística da renúncia

do Papa Bento XVI e de sua sucessão, tema que foi mesmo bastante acompanhado pela mídia (rádio, jornais televisivos, jornais impressos e suas versões *on-line* etc.). A aforização acima, transformada em manchete de artigo de jornal, é acompanhada pelo subtítulo "Impulso de evangelização pode ajudar Igreja Católica na disputa por fiéis com evangélicas"; conjuntamente, esses enunciados introduzem o seguinte texto:

> A Igreja Católica vem perdendo fiéis no Brasil, porém, com 25 [*sic*] milhões de seguidores, ainda é a maior instituição religiosa do país. Em entrevista à BBC Brasil antes de viajar a Roma, o cardeal arcebispo Dom Raymundo Damasceno disse que o próximo Papa deve revigorar o trabalho evangelizador. "É missão da Igreja ir às periferias, ao encontro das pessoas afastadas", disse ele. Entre os maiores desafios da Igreja Católica no Brasil está o avanço das igrejas evangélicas, que conquistaram quase um quarto da população brasileira. Segundo o pastor da Assembleia de Deus, Silas Malafaia, o apelo das igrejas evangélicas está na mensagem. "Você não tem paz no coração? Jesus pode te dar isso. Eu não vejo a Igreja Católica com essa mensagem", disse ele. Em uma tentativa de recuperar o terreno perdido para as igrejas evangélicas, grupos carismáticos católicos realizam animados sermões com música. A Igreja Católica tem investido também em canais de televisão.[4]

Conforme se pode notar, no texto, o enunciado é um relato em estilo indireto, enquanto a manchete o apresenta em estilo direto, o que está mais de acordo com o regime aforizante. No texto, o verbo auxiliar empregado é o verbo "dever". Tanto esse verbo, como o verbo "poder", empregado na manchete, são ver-

4 Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/03/novo-papa-pode-revigorar-igreja-no-brasil-1.html>. Acesso em: 8 mar. 2013.

bos auxiliares modais, ambos ambíguos em língua portuguesa. Assim, na língua portuguesa, o verbo "poder" pode exprimir capacidade/habilidade (valor dinâmico), possibilidade (valor epistêmico) ou ainda permissão (valor deôntico).[5] Considerando-se somente a manchete, isto é, tomando-a isoladamente, antes de sua associação a subtítulo e/ou ao texto que lhe segue, o que pode, como se sabe, modificar a sua leitura, é provável que o verbo "poder" seja lido com valor epistêmico: o valor deôntico fica, nessa primeira leitura, enfraquecido porque não se espera, salvo alguma outra informação que o justifique, que Dom Raymundo anuncie o que o futuro Papa pode fazer (permissão) ou o que ele não pode fazer (proibição), dada a posição hierarquicamente inferior ao Papa que um cardeal arcebispo (como é o caso de Dom Raymundo) ocupa na Igreja Católica. A leitura dinâmica, a princípio, também não parece muito provável, já que não faz muito sentido imaginar que Dom Raymundo esteja tratando de uma habilidade/capacidade do próximo Papa, considerando-se que, quando do pronunciamento do enunciado, ainda não se sabia quem ocuparia o posto. A não ser que se entenda que Dom Raymundo estivesse se referindo à vinda de um novo Papa; nesse caso, a vinda de um novo Papa estaria sendo enunciada como um fato com condição de revigorar o trabalho evangelizador. Por fim, pode-se considerar a leitura epistêmica (poder = possibilidade), que parece ser a mais adequada. A esse respeito, vale notar que essa leitura estaria seguindo a tendência da língua, conforme pesquisa realizada por Neves (1999-2000) sobre o valor polissêmico dos verbos modais no Português contemporâneo. Analisando textos escritos, a autora verifica que o verbo "poder" é empregado essencialmente (em 75% dos casos) como epistêmico.

O verbo "dever", por sua vez, também tem mais de um valor em língua portuguesa, servindo ora para a expressão da mo-

5 Cf. Koch (1981).

dalidade deôntica (nesse caso, ele indica uma obrigação), ora para a expressão da modalidade epistêmica (indicando, assim, uma possibilidade). No enunciado que cita a voz de Dom Raymundo no texto, em estilo indireto, o verbo "dever" pode ser lido de ambas as formas. Mas, se for considerado o enunciado seguinte do texto, no qual Dom Raymundo trata de uma das missões da Igreja, portanto, de um dos seus deveres, a leitura deôntica,[6] nesse caso, não só se justifica, como também parecer ser a mais provável. Desse modo, pode-se notar que, para além da diferença de seleção lexical entre os enunciados, há também aí condições para se encontrar(em) diferença(s) de sentido entre eles. Vejam-se outras diferenças linguísticas entre o enunciado da manchete e o enunciado do texto: "novo Papa" (manchete) x "próximo Papa" (texto); "Igreja no Brasil" (manchete) x "trabalho evangelizador" (texto). Se se considerar o subtítulo da manchete, pode-se inferir que a expressão "Igreja no Brasil" não se refere à Igreja Católica do Brasil tomada em sua atemporalidade, mas à Igreja Católica que está, no contexto atual, disputando "fiéis com evangélicas", isto é, com as igrejas evangélicas. Mas isso não pode ser necessariamente imputado ao enunciado de Dom Raymundo, relatado no texto em estilo indireto ("disse que o próximo Papa deve revigorar o trabalho evangelizador"), no qual não há nenhuma menção à disputa entre as igrejas. No enunciado seguinte, relatado em estilo direto, também não se encontra uma menção explícita a essa questão da disputa ("é missão da Igreja ir às periferias, ao encontro das pessoas afastadas"). Nesse caso, inclusive, o sentido do adjetivo "afastadas" pode ser tomado apenas na sua acepção espacial (pessoas afastadas = pessoas que estão espacialmente afastadas/distantes de uma certa localização de espaço tomada como referência; por

---

6 Nessa leitura, o verbo "dever" exprime uma necessidade deôntica (cf. Neves, 2000, p.62); trata-se, mais exatamente, de uma obrigação moral.

exemplo, distantes dos lugares onde as igrejas estão localizadas), ou seja, não se trata necessariamente de um afastamento da doutrina católica (pessoas afastadas = pessoas que estão distantes da doutrina católica, que não são membros da Igreja Católica etc., embora, eventualmente, até possam estar próximas do ponto de vista espacial).

Assim, associar o trabalho evangelizador da Igreja Católica, ao qual Dom Raymundo se refere, à disputa por fiéis com as evangélicas é não uma inferência necessariamente[7] derivada dos enunciados de Dom Raymundo, conforme se apresentam relatados no texto, mas é uma inferência possível do ponto de vista contextual, se se considerar o texto como um todo, especialmente o subtítulo que acompanha a manchete e outras passagens, tais como "a Igreja Católica vem perdendo fiéis no Brasil", "entre os maiores desafios da Igreja Católica no Brasil está o avanço das igrejas evangélicas, que conquistaram quase um quarto da população brasileira", "em uma tentativa de recuperar o terreno perdido para as igrejas evangélicas, grupos carismáticos católicos".

O mais interessante é que, no próprio texto em análise, oferece-se ao leitor internauta o *link* para um vídeo (3,35 minutos) com cenas da entrevista de Dom Raymundo. Nesse vídeo, da BBC Brasil, mostram-se inicialmente imagens do Santuário de Nossa Senhora Aparecida, acompanhadas pela voz da repórter Júlia Carneiro, que também aparece no vídeo e que narra o seguinte texto:

> Os fiéis no Santuário de Nossa Senhora Aparecida. A segunda maior basílica do mundo, construída para celebrar a padroeira do

---

7 A classificação dos diferentes tipos de inferências (por exemplo, inferências necessárias, possíveis, contextuais) é feita por Charolles (1987, apud Koch; Travaglia, 1995).

> Brasil, no interior de São Paulo. A Igreja Católica vem perdendo fiéis, mas, com 125 milhões de seguidores, ainda é a maior e mais poderosa instituição religiosa no Brasil. Logo antes de viajar para Roma, para o Conclave que vai eleger o Papa, o arcebispo de Aparecida, Dom Raymundo Damasceno afirmou que o novo pontífice vai revigorar o trabalho da Igreja.[8]

No vídeo, nota-se que o enunciado em questão aparece em sua terceira versão, isto é, "o novo pontífice vai revigorar o trabalho da Igreja", na qual não há mais verbo modal ("poder" ou "dever"), mas o verbo "ir", empregado com valor de auxiliar, para a expressão do futuro do presente. Segundo Fiorin (1996), o valor temporal do futuro determina que ele não pode expressar uma modalidade factual, já que seu valor de verdade não pode ser determinado no momento da enunciação. Por isso, a única possibilidade de fazer asserções no futuro depende da avaliação que o enunciador faz da necessidade, probabilidade, possibilidade ou impossibilidade da ocorrência de um dado estado de coisas. Assim, a não factualidade do acontecimento expresso pelo futuro faz com que um valor modal esteja acoplado ao seu valor temporal (Mateus et al., 1983, apud Fiorin, 1996, p.154). No emprego em questão, o futuro indica que se considera muito provável a ocorrência de um dado acontecimento num momento posterior ao presente, por isso, comparando esse enunciado com as versões anteriores de valor epistêmico, pode-se dizer que o tom desse enunciado é mais assertivo, já que não há explícito um verbo auxiliar modal,[9] conforme há nas outras versões.

---

8 Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/worldservice/emp/pop.shtml?l=pt&t=video&r=1&p=/portuguese/meta/dps/2013/03/emp/130308_religiao_csf.emp.xml>. Acesso em: 8 mar. 2013. Transcrição nossa.

9 Dall'Algio-Hattnher (1995) define o eixo do epistêmico como um *continuum* entre o certo e o possível. Assim, pode-se supor que quanto maior a certeza do sujeito-enunciador a respeito do que diz, menor a necessidade de utilização de epistêmicos, pois, no ponto extremo da certeza, o que se encontra é

Imediatamente após o último enunciado da narração da repórter, apresentam-se cenas da entrevista de Dom Raymundo, em que ele aparece declarando:

> Essa é a missão nossa. Isso nos impulsiona a ir às periferias, ao encontro das pessoas distantes, afastadas das nossas comunidades, não tanto por pressão evangélica, mas por uma exigência da missão mesma da Igreja.[10]

Nessas palavras de Dom Raymundo, diferentemente da versão sintética que o texto escrito apresenta para esses enunciados ("'É missão da Igreja ir às periferias, ao encontro das pessoas afastadas', disse ele"), nota-se a presença clara de duas vozes opostas, dado o emprego da locução correlativa "não tanto ... mas", que funciona como um operador polifônico. Segundo a primeira voz, a Igreja vai às periferias mais por pressão evangélica, isto é, para não perder seus fiéis para as igrejas evangélicas, que, como todos sabem, têm crescido bastante no Brasil, em particular nas periferias dos grandes centros. Mas, de acordo com a outra voz, que é a introduzida após o "mas", voz assumida pelo arcebispo,[11] a Igreja Católica se dirige à periferia especialmente porque essa é a sua missão, isto é, é isso mesmo que se espera que a Igreja faça, o que favorece a conclusão de que não se trata de algo contingencial, de uma ação que a Igreja realiza

---

um "enunciador que avalia como verdadeiro o conteúdo do enunciado que produz, apresentando-o como uma asseveração (afirmação ou negação), *sem espaço para a dúvida e sem nenhuma relativização* (Neves, 1996, p.179, o grifo é nosso).

10 Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/worldservice/emp/pop.shtml?l=pt&t=video&r=1&p=/portuguese/meta/dps/2013/03/emp/130308_religiao_csf.emp.xml>. Acesso em: 8 de mar. 2013. Transcrição nossa.

11 Nos termos da teoria polifônica de Ducrot, considera-se, nesse caso, que o enunciador é assimilado pelo locutor ou, ainda, que o locutor adere à perspectiva desse segundo enunciador.

em função da necessidade que se apresenta no momento, embora o enunciado não negue que a Igreja vá à periferia também por causa da pressão evangélica, tendo em vista a presença do "não tanto" (= um pouco), na primeira parte do enunciado. A ideia de que a Igreja Católica vai às periferias essencialmente por causa da pressão evangélica é uma conclusão a que se pode chegar facilmente quando se considera, conforme já dito, que as igrejas evangélicas têm aumentado seu número de fiéis particularmente entre a população das periferias urbanas. Assim, há, de um lado, o paratexto e o próprio texto tomado como um todo, favorecendo a produção de uma inferência como essa; de outro lado, as palavras de Dom Raymundo na entrevista, enunciadas a partir de um ponto de vista diferente. De qualquer forma, o que esses dados evidenciam é que toda citação, como bem se sabe, não equivale a uma simples operação de transcrição literal de enunciados. Na verdade, a citação sempre provoca alguma alteração no significado do enunciado citado, ainda que esse enunciado tenha sido citado literalmente. Normalmente essa alteração de sentido no enunciado é atribuída às diferenças cotextuais e/ou contextuais existentes entre os textos, conforme pode ser percebido entre a entrevista de Dom Raymundo no vídeo e os enunciados relatados no texto escrito. Já no caso das aforizações (tal como o enunciado de Dom Raymundo que foi transformado em manchete), a possibilidade de o enunciado sofrer uma alteração parece potencializada pela própria operação de destacamento.

De fato, comparando os enunciados destacados com os enunciados dos quais foram extraídos, Maingueneau nota que, na maior parte dos casos, o enunciado destacado sofre alteração no curso de seu destacamento, mesmo quando o texto fonte está próximo da aforização e acessível ao leitor. Ou seja, o leitor tem como comparar o enunciado destacado com o texto de partida,

assim como no caso citado, no qual o leitor internauta pode não só comparar o enunciado destacado com o enunciado presente no corpo do texto, mas também com a própria entrevista, acessível no vídeo cujo *link* se encontra no texto. Maingueneau nota, então, que parece haver uma espécie de zona de tolerância, como se a divergência entre o enunciado destacado e sua fonte não causasse nenhuma surpresa. Retomando um exemplo apresentado pelo próprio autor, apresenta-se uma manchete do jornal *20 minutes*: "Meu voto irá para aquele que for o mais persuasivo". Mas, no texto que vem abaixo dessa manchete, o enunciado não é exatamente igual: "Meu voto irá para aquele que for o mais persuasivo, o que parecer o mais motivado para mudar as coisas na França" (*20 minutes*, 2 de maio de 2007: 7, apud Maingueneau, 2012, p.3). Como bem observado por Mainguenau, a supressão do final da frase muda consideravelmente o sentido do enunciado original. Para o autor, isso se deve justamente ao regime de enunciação específico ao qual pertencem esses enunciados destacados, ou seja, o regime aforizante. Como se trata de outro regime de enunciação, o enunciado destacado passa ao paratexto transformado, normalmente numa versão mais sintética, o que é mais conveniente para uma aforização.

Para ilustrar melhor esse fenômeno, fez-se um pequeno levantamento a respeito do modo como foi empregado um dos enunciados ditos por Bento XV no seu discurso de despedida, quando já se encontrava na residência de verão do Vaticano, em Castel Gandolfo, em cuja varanda fez sua última aparição como sumo pontífice da Igreja Católica. Um dos enunciados ditos pelo Papa nesse discurso foi transformado em paratexto em vários sites. Pelo quadro abaixo, podem-se conferir as diferenças entre o enunciado empregado na qualidade de paratexto (normalmente a manchete) e o enunciado presente no corpo dos textos:

Ocorrência	Paratexto	Texto	Fonte (site)
1	"Sou um peregrino a mais", diz Bento XVI	"Serei um simples peregrino, que inicia a última etapa de sua peregrinação nesta terra", acrescentou o papa alemão	Exame.com Disponível em: <http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/sou-um-peregrino-a-mais-diz-bento-xvi>. Acesso em: 8 mar. 2013.
2	"Sou um peregrino": leia as últimas palavras de Bento XVI enquanto Papa	"Sou simplesmente um peregrino iniciando a etapa final de sua peregrinação nesta terra".	Portal Terra Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/mundo/europa/renuncia-do-apa/sou-um-peregrino-leia-as-ultimas-palavras--de-bento-xvi-enquanto-papa,8725f9475122d310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>. Acesso em: 8 mar. 2013.
3	Bento XVI renuncia e deixa Vaticano: Agora sou um peregrino	"Depois disso, serei simplesmente um peregrino que está começando a fase final de seu caminho nesta terra."	94 FM[1] Disponível em: <http://94fm.com.br/noticias/bauru/bento--xvi-renuncia-e-deixa-vaticano--agora-sou-um-peregrino-/>. Acesso em: 8 mar. 2013.
4	Bento XVI já não é mais o Papa; "sou um peregrino", disse ele em despedida	Bento XVI disse aos fiéis que o esperavam que agora não é mais pontífice, "mas um simples peregrino encerrando seu caminho nesta terra".	Folha Online[2] Disponível em: <http://www.fmanha.com.br/mundo/-bento--xvi-ja-nao-e-mais-o-papa-sou-um-peregrino-disse-ele-em--despedida>. Acesso em: 8 mar. 2013.

(1) Rádio Comunicação FM Estéreo Ltda., rádio FM, Bauru (SP).
(2) Jornal *Folha da Manhã*, Campos (RJ).

Ocorrência	Paratexto	Texto	Fonte (site)
5	Bento XVI: "agora eu sou apenas um peregrino"	"Eu sou apenas um peregrino prestes a iniciar sua última viagem na Terra", disse.	Revista *Época* Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Mundo/noticia/2013/02/bento-xvi-agora-eu-sou-apenas-um-peregrino.html>. Acesso em: 8 mar. 2013.
6	Bento XVI renuncia e torna-se "um peregrino a mais"	E disse que passa a ser "um peregrino a mais".	Portal Uol Disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/cphaa0gl2x8r/bento-xvi-renuncia-e-tornase-um-peregrino-a-mais--402CC19356AC0994326?types=A&>. Acesso em: 8 mar. 2013.
7	Bento XVI: sou um simples peregrino que inicia a última etapa de sua peregrinação na terra	"Sou simplesmente um peregrino – prosseguiu – que inicia a última etapa de sua peregrinação nesta terra".	Diocese de São José dos Campos Disponível em: <http://www.diocese-sjc.org.br/bento-xvi-sou-um-simples-peregrino-que-inicia-a-ultima-etapa-de-sua-peregrinacao-na-terra/>. Acesso em: 8 mar. 2013.
8	Agora, Bento XVI é "um simples peregrino que inicia a última etapa de sua peregrinação na terra"	Ao afirmar, "Sou simplesmente um peregrino que inicia a última etapa de sua peregrinação nesta terra", os que estavam ali [...].	Gaudium Press[3] Disponível em: <http://www.gaudiumpress.org/content/44429-Agora--Bento-XVI-e--um-simples-peregrino-que-inicia-a-ultima-etapa-de-sua-peregrinacao-na-terra-#ixzz2N9IE5WZ7>. Acesso em: 8 mar. 2013.
9	"Peregrino", Bento 16 se recolhe em cidadezinha	"Depois disso não serei mais, serei simplesmente um peregrino que começa a última etapa de sua peregrinação por essa terra", disse Bento 16 [...].	*Folha de S. Paulo* Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/1238841-peregrino-bento-16-se-recolhe-em-cidadezinha.shtml>. Acesso em: 8 mar. 2013.

(3) Agência de notícias católicas do Brasil.

Ocorrência	Paratexto	Texto	Fonte (site)
10	Bento XVI deixou Vaticano para ser "simples peregrino"	"Depois não serei mais um papa, mas um simples peregrino que termina a sua peregrinação nesta terra", disse, aplaudido por milhares de fiéis.	*O País* Online[4] Disponível em: <http://opais.sapo.mz/index.php/internacional/56-internacional/24400-bento-xvi-deixou-vaticano-para-ser-simples-peregrino.html>. Acesso em: 8 mar. 2013.
11	'I'm just a pilgrim,' Benedict XVI says in public farewell	"I'm just a pilgrim who is starting the last part of his pilgrimage on this earth," he said.	CNN Disponível em: <http://edition.cnn.com/2013/02/28/world/europe/vatican-pope-resignation/>. Acesso em: 28 fev. 2013.
12	"Solo soy un peregrino", dice Joseph Ratzinger en su última aparición pública como Papa	"Ya no soy el pontífice, sino un peregrino más que comienza la última fase de su peregrinaje en esta tierra", dijo a la multitud.	Euronews Espanha Disponível em: <http://es.euronews.com/2013/02/28/solo-soy-un-peregrino-dice-joseph-ratzinger-en-su-ultima-aparicion-publica-co/>. Acesso em: 28 fev. 2013.
13	A partir de agora, ele é Papa Emérito, e conclave escolherá seu sucessor. "Sou um simples peregrino", disse ele na despedida em Castel Candolfo.[5]	Ao chegar [...], Bento XVI disse aos fiéis que o esperavam que agora não é mais pontífice, "mas um simples peregrino encerrando seu caminho nesta terra".	G1 Disponível em: <http:g1.globo.com/mundo/reuncia-sucessao-papa-bento-xvi/noticia/2013/02/com-renuncia-de-bento-xvi-comeca-oficialmente-o-periodo-de-se-vacante.html>. Acesso em: 28 fev. 2013.

(4) Jornal *O País*, Maputo (Moçambique).
(5)Todos os enunciados citados nessa coluna (do paratexto) foram empregados como manchete, a não ser este enunciado, empregado abaixo da manchete do texto, como um subtítulo.

Embora não tenha sido feito um levantamento exaustivo, os dados supracitados exemplificam a suscetibilidade de o enunciado aforizado sofrer alteração no destacamento. Também sugerem uma tendência de o enunciado aforizado ser mais sintético que o enunciado do qual se originou. Quanto a isso, vale notar, inclusive, que o enunciado sofreu várias supressões ao ser empregado no paratexto. Veja-se em particular as ocorrências de número 9 e 10, que são versões bem reduzidas do enunciado pronunciado pelo Papa. Ocorre como se as próprias palavras, na operação de destacamento, fossem se destacando uma das outras, como se os seus laços de articulação sintática fossem se afrouxando nessa operação. Assim, um período composto por subordinação pode ficar reduzido a apenas um sintagma adjetival: "sou um simples[12] peregrino que inicia a última etapa de sua peregrinação nesta terra" → "sou um simples peregrino" → "simples peregrino" → "peregrino". Apesar de não ter sido feito um levantamento quantitativo, os dados indicam que o enunciado teve uma circulação significativa, integrando manchetes de artigos de sites diversos, inclusive em línguas diferentes (português, espanhol, inglês).

Analisando a circulação de aforizações na mídia, Maingueneau observa que atualmente, a configuração midiática que associa diretamente a mídia impressa, o rádio, a televisão, a internet e a telefonia móvel permitiu aumentar para níveis inéditos os casos de destacamentos e a circulação das aforizações. A esse respeito, o autor afirma:

---

12 Nesse esquema mais geral, não estão sendo consideradas algumas diferenças relativas às diversas versões do enunciado; por exemplo: "ser um simples peregrino" x "ser simplesmente um peregrino" x "ser apenas um peregrino". Vale notar também que essas diferenças podem ser notadas não só entre os *sites*, mas também no interior de um mesmo *site*, comparando-se o enunciado destacado com o enunciado empregado no texto fonte.

> Um certo número de aforizações são, assim, tomadas em um processo de tipo pandêmico: durante um período curto as vemos circular em todas as mídias ao mesmo tempo e com uma frequência muito elevada, com estatutos muito diversos: título de um artigo de jornal ou de uma página da internet, frase que circula na parte de baixo do monitor de um canal de informação televisiva, título de um vídeo no Youtube etc. Como exemplos, podemos citar o enunciado "Que vergonha, Barack Obama", proferido por Hillary Clinton nas últimas eleições presidenciais americanas (23 de fevereiro de 2008), ou o enunciado de Sílvio Berlusconi : "Obama é jovem, belo e bronzeado" (6 de novembro de 2008). (Maingueneau, 2012, p.4)

Para se referir a esses casos, o autor cunha o termo "panaforização", combinando "pandemia" e "aforização". A panaforização, além de figurar nas manchetes midiáticas, fomenta debates de todos os tipos: fóruns, blogs, *talk-shows* televisivos, correios dos leitores etc. Eventualmente, desaparece até ser substituída por alguma outra.

Na maior parte das vezes, é possível recuperar a enunciação original que deu origem a uma panaforização: sites de vídeos *on-line*, como o Youtube, são normalmente usados para isso. Segundo Maingueneau, justamente porque uma panaforização já se instalou no universo midiático, que alguns irão eventualmente tentar recuperar o contexto original do enunciado destacado para esclarecer o seu sentido. Apesar desse interesse pelo contexto original, permanece preservado seu estatuto de frase aforizada, sem texto, assim como seu sentido, dada a autonomia própria da aforização, sempre passível de múltiplas leituras, o que lhe impede estabilizar-se. O caso em questão não corresponde a um caso de panaforização, até porque não foi feita uma avaliação mais profunda da sua circulação. De qualquer forma, mesmo sem ter circulado de modo pandêmico, não resta dúvida de que o enunciado teve uma circulação significativa, podendo

ser encontrado em várias páginas da rede (em algumas, inclusive, como título de manchete, conforme os exemplos citados no quadro anteriormente apresentado), em línguas diversas. Essa circulação deve estar relacionada às mesmas propriedades que tornaram o enunciado memorável e destacável, por exemplo, sua simplicidade sintática ("sou um peregrino", numa das versões em que foi aforizado), sua importância tópica, isto é, sua relação não só com o tema dos textos-fonte, mas também com um tema que estava sendo falado e/ou discutido em diversas partes do mundo (a renúncia do Papa; sua despedida), o valor metafórico do enunciado (ser um peregrino e/ou, ser um peregrino em sua última etapa de peregrinação). Combinadas, essas propriedades favorecem o destacamento do enunciado, seu emprego no paratexto e, consequentemente, a sua circulação.

Considerações finais

Neste capítulo, apresentou-se um apanhado geral das reflexões de Maingueneau sobre a circulação de enunciados breves, os enunciados destacados, com ênfase nos enunciados não sentenciosos que se destacaram de seus textos de origem para ocupar uma posição no paratexto, fenômeno bastante frequente na esfera midiática de hoje, daí a sua pertinência para os estudos sobre o discurso jornalístico.

A respeito desse discurso, as reflexões de Maingueneau sobre os enunciados destacados contribuem para a compreensão de seu funcionamento, revelando como gêneros desse tipo de discurso podem combinar duas ordens de enunciação distintas, a enunciação textualizante e a aforizante. Nos casos em que há enunciação aforizante no discurso jornalístico, considerando-se as especificidades desse tipo de enunciação, pode-se dizer que as eventuais diferenças entre um enunciado destacado no paratexto

e o enunciado ao qual se liga no texto não devem ser tomadas como indícios da falta de fidedignidade do discurso jornalístico, mas como algo que é inerente à operação de destacamento.

Para a Análise do Discurso francesa, as reflexões de Maingueneau sobre os enunciados aforizados se dão em um momento em que se assiste a uma renovação da disciplina, no qual novos conceitos (sobreasseveração, enunciados aforizados, particitação[13] etc.) estão sendo propostos, apontando novos rumos de pesquisa, que são consideravelmente facilitadas pelas tecnologias de busca atualmente disponíveis. A esse respeito, vale lembrar que o próprio autor (Maingueneau, 2006), ao tratar dos tipos de unidades que interessam à Análise do Discurso, refere-se à noção de "percurso", explicitando, assim, uma tendência de trabalho mais recente segundo a qual é relevante analisar o agrupamento de unidades de diversas ordens (lexicais, proposicionais, fragmentos de textos) extraídas do interdiscurso, sem a necessidade de construir espaços de coerência ou totalidades, tal qual se faz nas análises centradas em fronteiras pré-formatadas pelas práticas verbais, normalmente relacionadas a um certo aparelho institucional (discurso hospitalar, discurso escolar, discurso jurídico), a um posicionamento ideológico definido no interior de um campo (discurso de direita, discurso de esquerda, discurso comunista), ou a ambos. Seguindo uma tendência diferente, o pesquisador procura desestruturar as unidades instituídas, definindo percursos não esperados que lhe permitam desenvolver uma interpretação que se apoia, justamente, na atualização de relações que não são óbvias no interior do interdiscurso. Maingueneau ressalta que isso não significa que os percursos estejam submetidos somente aos caprichos dos pesquisadores:

13 Cf. Maingueneau, 2006.

> há um conjunto de princípios, de técnicas que regulam esse tipo de atividade hermenêutica. É verdade que essas "regras da arte" estão frequentemente implícitas, que elas são adquiridas por impregnação, mas podemos presumir que, com o desenvolvimento da análise do discurso, a construção das unidades será cada vez menos deixada ao capricho dos pesquisadores. (Maingueneau, 2006, p.22)

Espera-se, então, que as observações relativas aos enunciados destacados do discurso jornalístico que foram citados neste capítulo possam, de alguma forma, contribuir com os trabalhos que reconhecem a relevância de se analisar tais unidades.

Referências bibliográficas

DALL'AGLIO-HATTNHER, M. M. *A manifestação da modalidade epistêmica*: um exercício de análise nos discursos do ex-presidente Collor. Araraquara, 1995. 163p. Tese (Doutorado em Letras: Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista.

FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação*: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996.

KOCH, I. G.V. O verbo poder numa gramática comunicativa do Português. *Cadernos da PUC*: arte e linguagem, São Paulo, Cortez, n.8, p.103-113, 1981.

KOCH, I.G.V.; TRAVAGLIA, L. C. *Texto e coerência*. 4.ed. São Paulo: Cortez, 1995.

MAINGUENEAU, D. *Cenas de enunciação*. In: POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (Orgs.). Curitiba: Criar Edições, 2006.

______. *Doze conceitos em análise do discurso*. In: SOUZA-E-SILVA, M. C. P. ; POSSENTI, S. (Orgs.). São Paulo: Parábola, 2010.

______. Aforização, enquadramento interpretativo e configuração humanista. In: *Coleção Mestrado em Linguística*. Discurso e linguagens: objetos de análise e perspectivas teóricas. v.6, p.15-34, 2011.

______. Aforizações políticas, mídias e circulação de enunciados. *Linguasagem*. Edição 20, 1-18: 2012. Disponível em: <http://www.letras.

ufscar.br/linguasagem/edicao20/artigos/artigo_001.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2013.

MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

NEVES, M. H. M. A modalidade. In: KOCH, I. G. V. (Org.). *Gramática do Português falado*. Campinas: Editora da Unicamp/Fapesp, v.IV, p.163-199, 1996.

______. A modalidade: um estudo de base funcionalista na Língua Portuguesa. *Revista Portuguesa de Filologia*. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Instituto de Língua e Literatura Portuguesas, v.XXIII, p.97-123, 1999-2000.

______. *Gramática de usos do Português*. São Paulo: Unesp, 2000.

O jornalismo *on-line* sob o viés discursivo – o novo e o já dado

Érika de Moraes[1]

Linguagem, história, cultura e novas mídias

Ao considerarmos a interdependência entre comunicação e cultura, é de fundamental importância compreender o funcionamento discursivo do meio digital em nossa sociedade, especialmente no que se refere ao jornalismo que, como sabemos, tem um papel relevante como formador de opinião pública. Este artigo propõe uma investigação sobre a produção midiática digital, em especial quanto ao texto do jornalismo *on-line*, à luz de um olhar interdisciplinar entre o campo da comunicação e o respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa (doravante, AD), segundo o qual o discurso é concebido em sua materialidade histórico-ideológica, dialogando também com a linguística textual. Defende-se que, na nova mídia, o *novo* convive com o *já dado* em termos de técnicas de redação e suportes ideológicos. No entanto, esse encontro entre o *novo* e o *dado* é essencialmente *inovador*, visto ser característico da atual fase de

1 Doutora em Linguística pelo IEL/Unicamp. Docente do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: erika.moraes@faac.unesp.br.

convergência midiática, o que será explicitado mais adiante. Essa nuance pode ser compreendida por meio do olhar analítico em direção à materialidade linguístico-discursiva das plataformas digitais. Para tanto, faz-se necessário, num primeiro momento, uma discussão acerca das técnicas de comunicação empregadas em mídias digitais que, em seguida, serão postas em xeque diante de conceitos da AD. Esse cruzamento teórico se justifica ainda pelo fato de que, para a AD, as condições históricas de produção são constitutivas do discurso, assim como são inerentes à evolução dos meios de comunicação: "a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista" (Sodré, 1966, p.1).

Considerando que "os novos meios de comunicação eletrônica não divergem das culturas tradicionais: absorvem-nas" (Castells, 2000, p.392), o novo sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é caracterizado por "sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais" (Ibid., p.396).

Sabemos que comunicação é produção social de sentido, o qual se constrói nas relações sócio-históricas. Os meios de comunicação atuam como fator de coesão dessa sociedade; editam o mundo e agendam os temas que a sociedade irá discutir, razão pela qual a comunicação é parte inerente do "processo permanente de produção de significado, portanto de construção da realidade, em todas as suas manifestações, quer sejam culturais, econômicas ou políticas" (Baccega, 2000, p.108).

A tecnologia disponível é importante, mas não basta para a produção de conhecimento ou mesmo para a sua própria proliferação. Seja para a expansão comunicacional, econômica ou social etc., são necessárias condições específicas. A própria invenção da impressão por tipos móveis, por exemplo, "resultou de necessidade social, que o desenvolvimento histórico gerou e a que estava vinculada à ascensão burguesa, em seu prelúdio mercantilista" (Sodré, 1966, p.2). Briggs e Burke (2006, p.24-25) nos

remetem ao fato de que, logo após esta invenção, por volta de 1500, foram instaladas máquinas de impressão em mais de 250 lugares na Europa. Em contraste, a impressão gráfica custou a penetrar na Rússia, situação que só mudou no início do século XVIII, graças aos esforços do czar Pedro, o Grande (reinado de 1686 a 1725), que, em 1711, fundou uma gráfica em São Petersburgo, interessado em proporcionar aos russos familiarização com a ciência e a tecnologia modernas, em especial a tecnologia militar. Ou seja, a Rússia somente se beneficiou da "descoberta de Gutenberg" quando as condições sociais e culturais propícias ali se concretizaram, da mesma forma que, no mundo de hoje, ainda é desigual a distribuição de acesso à internet. E, se hoje há vigilância sobre o conteúdo da rede mundial de computadores, especialmente em algumas nações, no passado, "as autoridades, preocupadas com a possibilidade de os cafés estimularem comentários subversivos sobre o governo" (Ibid. p.38), mantiveram sob vigilâncias esses centros de comunicação oral.

No Brasil, a utilização efetiva da impressão tipográfica se deu somente com a chegada da corte portuguesa, que para cá se transferiu em 1808, fugindo da invasão napoleônica (Romancini; Lago, 2007, p.15-16). Apesar das diferenças sociais em nosso país, o Brasil participou do *boom* da internet, já que, conforme registra Castells (2000), no início de 1995, o governo se empenhou em "melhorar o sistema brasileiro de comunicação para ligar-se à supervia global emergente" (Ibid., p.388). Ainda que, no início, tenha sido estatisticamente pequeno o número de computadores pessoais, assim como lento o acesso à internet discada, atualmente é grande a oferta desses aparelhos, bem como o oferecimento de serviços de conexão em banda larga. Existe ainda a possibilidade de acesso gratuito em agências dos Correios, unidades do Sesc ou escolas, bem como a oferta do serviço em *lan houses* (que podem ser mais econômicas do que a assinatura de um serviço mensal), ampliando o número de usuários.

Quando postulamos a caracterização das mídias digitais não só na convergência de meios, mas também na confluência entre o antigo (*já dado*) e o *novo*, a questão adjacente é a de se levar em conta as condições históricas de produção. Como lembram Briggs e Burke (2006), não faltam exemplos de que o *novo* se constitui a partir do *dado*, na história da comunicação: balões com falas apareceram em publicações do século XVIII, que, por sua vez, adaptaram os textos em forma de rolo que saíam das bocas da Virgem e outras figuras da arte religiosa medieval; assim como os debates atuais sobre a qualidade das mídias eletrônicas ou digitais tiveram antecedentes nas discussões em torno dos efeitos prejudiciais dos romances sobre os leitores e de peças teatrais sobre o público, em séculos anteriores. Até mesmo as palavras *rede* e *web*, ícones do vocabulário da comunicação contemporânea, já estavam em uso no século XIX. Nesse olhar histórico, os autores recordam que, com o surgimento das publicações impressas, os manuscritos mantiveram a sua importância enquanto retrato de uma cultura; da mesma forma, livros sobreviveram à chamada era do rádio e da televisão, revelando que "ao se introduzirem novas mídias, as mais antigas não são abandonadas, mas coexistem e interagem" (Briggs; Burke, 2006, p.15). Ora, se as mídias digitais possuem traços completamente novos, com destaque para o potencial de se constituir na plena convergência de diversas mídias, não se apaga por completo o ranço da convivência com o *já dado*, o que pode ser depreendido por meio do funcionamento discursivo.

A narrativa digital: suporte e discurso em convergência

Para Maingueneau (2000, p.72), o suporte provoca impacto no discurso: "O *midium* não é um simples 'meio', um instru-

mento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do *midium* modifica o conjunto de um gênero de discurso". Some-se a isso o fato de que, conforme aponta Moherdaui (2007, p.147), o computador, suporte essencial da comunicação na era digital, "é um meio expressivo capaz de ampliar a nossa capacidade de relatar fatos e como tal torna possível a criação de narrativas multiformes ou multissequenciais". A autora argumenta que o texto multilinear na web engloba a maioria dos gêneros jornalísticos: "a notícia hipertextual (que pode ser uma nota curta) é um exemplo disso. Tem o formato da pirâmide invertida e pode conter *links* para recursos multimídia, não necessariamente todos" (Moherdaui, 2007, p.150). Ou seja, se é fato que a escrita digital possui a sua especificidade, é também certo que esta mesma especificidade se apoia no historicamente existente.

Canavilhas (s/d) apresenta um ponto de vista crítico em relação à linguagem jornalística na era digital, considerando que o novo meio não alterou o formato de linguagem. Propõe o webjornalismo como um estado a que o jornalismo digital *on-line* deveria chegar, já que, segundo ele, "o chamado 'jornalismo *on-line*' não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalismos escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio". Considera o autor:

> Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o atual jornalismo *on-line*. Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia. (Canavilhas, s/d, p.1)

Em estudo de 2007, Canavilhas permanece convicto de que, embora o nascimento de novos meios introduzam novas rotinas e linguagens jornalísticas, esse processo ainda não teria ocorrido

efetivamente com a web. "Fatores de natureza técnica, econômica e de recursos humanos têm feito que a web se limite a distribuir conteúdos informativos idênticos aos que já existem nos meios tradicionais", pontua (Canavilhas, 2007, p.2).

Por sua vez, Moherdaui (2007, p.119 et seq.) apresenta alguns termos utilizados para se falar de jornalismo digital, a saber, *jornalismo multimídia*; *webjornalismo* (Luciana Mielniczuc e João Canavilhas); *jornalismo eletrônico multimídia interativo* (Javier Díaz Noci); *jornalismo eletrônico* (Helder Bastos); *jornalismo digital* (Gonçalves), cada um desses termos defendido por autores distintos, que enfatizam aspectos diferentes e aos quais não recorreremos neste momento, visto que não se trata, aqui, de discutir uma questão de terminologia.

Ao final, a autora propõe que "a expressão jornalismo digital é a mais plausível, tendo em vista que o conteúdo pode ser produzido para a web e a partir da web" (Moherdaui, 2007, p.121), por se tratar de narrativas multiformes ou multissequenciais, que conduzem uma multiplicidade de linguagens. A autora considera mais abrangente esta expressão, já que, de seu ponto de vista, a denominação "*on-line*" não contemplaria todas as especificidades.

A nosso ver, ao se tratar da narrativa jornalística da/na web (ou digital, ou *on-line*...), a questão da terminologia não é a mais importante, ou a primeira a ser considerada, pois, do ponto de vista da AD, o sentido não é imanente, sendo determinado pelas formações ideológicas (FIs), relacionadas, por sua vez, a formações discursivas (FDs). Segundo Pêcheux (1975), em formulação clássica para a teoria, as palavras "mudam de sentido, segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam" (1975, p.160). Ou seja, conforme mudam de formação discursiva, as palavras também mudam de sentido.

Diante disso, defendemos que, antes de propor uma terminologia – seja jornalismo digital, jornalismo *on-line* ou web-

jornalismo – é necessária a apreensão semântico-discursiva da narrativa digital e de suas características, entre as quais estão as citadas por Moherdaui (2007, p.146) – o conteúdo dinâmico, a atualização constante, valorização da memória, interatividade, hipertextualidade, multimidialidade, personalização, imersão – e por Canavilhas (2007) – a hipertextualidade, a multimidialidade, a interatividade.

Dadas essas características, é possível afirmar que o jornalismo digital se constitui como um novo jornalismo? Ou, de fato, enquanto webjornalismo, como quer Canavilhas? Tomemos como exemplo o *Portal da Jovem Pan*. Por meio dele, é possível ter acesso à programação radiofônica, a outras notícias impressas ou mesmo a matérias em formato telejornalístico, através de um *banner flash* disponível na *homepage*. Por um lado, o portal reúne, em convergência, os formatos preexistentes (o impresso, o radiofônico, o televisivo). Por outro, a coexistência desses formatos bem como a possibilidade de interação entre eles caracterizam o novo modo de veicular a informação.

Nesse novo parâmetro, a importância que tem o receptor (ou coenunciador) no processo de comunicação faz que a interatividade esteja entre as principais características das mídias digitais. A internet estimula usuários a oferecer seus testemunhos, suas versões dos fatos ou sua opinião, por meio de espaços destinados a comentários ou *links* diretos. O leitor de internet é, portanto, um leitor ativo, inclusive em sua perspectiva de leitura guiada pelo hipertexto, através do qual os usuários podem recorrer a diferentes roteiros de leitura. Assim, a edição de notícias na internet requer "renunciar ao conceito de texto unitário e substituí-lo por textos fragmentados" (Moherdaui, 2007, p.164).

Sites como os do *The New York Times* ou do *ABCNews.com* contam com a participação de leitores como recursos essenciais da comunicação. Por exemplo, numa notícia intitulada "No Protection: Victim to Sue School in Abuse/Bullying Case" (ABC.

News.com, 25/5/2010), jovens comentam (inclusive, em tom de desabafo), casos sofridos de *bullying*, o que amplia de forma decisiva os limites da notícia dada, tornando-a compartilhada e muito mais abrangente. Pergunta-se: ainda é válido falar de pirâmide invertida, nesse contexto – tomando como base a definição clássica de que o mais importante vem no começo da notícia –, se um comentário tem o potencial de se tornar até mais impactante do que a notícia em si?

A variedade de recursos dos meios digitais exige um suporte tecnológico compatível, porque, evidentemente, os *links* devem funcionar. Essa é uma constatação óbvia e, ao mesmo tempo, um ponto nevrálgico e vulnerável na constituição do sistema digital de comunicação. Por mais que a tecnologia seja aperfeiçoada, uma demanda maior que a esperada pode pôr em risco toda a circulação de informação. Por ocasião do ataque às torres gêmeas nos EUA, em 11 de setembro de 2001, a internet brasileira, que não estava preparada para a alta demanda de informações, ficou sobrecarregada, e os principais sites de notícias permaneceram por mais de duas horas fora do ar. Moherdaui elenca os seguintes dados da ocasião: nos EUA, a média de conexão saltou de 5,5 segundos para 12,9 segundos. Sites como *CNN.com* (www.cnn.com), *MSNBC.com* (www.msnbc.com), *ABCNews.com* (www.abcnews.com), *The New York Times* (www.nytimes.com) e *USA Today* (www.usatoday.com) tomaram a prudente decisão de alterar suas *homepages* para facilitar a navegação de usuários em busca de informações. O site da rede CNN excluiu fotografias, imagens em vídeos, depoimentos em áudio, a fim de deixar a página principal mais leve, chegando a reduzir o peso de sua *homepage* de 255 KB para 20 KB (Moherdaui, 2007, p.65). Recursos válidos, porém, menos necessários diante da necessidade de priorizar a demanda por informação. Essa foi uma forma adequada de atender a principal necessidade daquele que deve ser a razão da comunicação, o público.

Suporte e público

Pesquisas apontam a existência de três tipos de leitores de internet (Moherdaui, 2007, p.198): *leitores scanners*, aqueles que só vão passar os olhos pelo texto, procurando divertimento e surpresas; *os que preferem recursos multimídia a textos*; *os que procuram informações específicas*, que normalmente leem longos textos na tela do computador.

Mesmo que os leitores *scanners* representem um dos tipos específicos da leitura em internet, o método de "passar o olho" e captar as informações mais relevantes segundo um ponto de vista próprio não é novidade na história da leitura. Bem antes da proliferação das plataformas digitais, o ato de ler está associado a procedimentos dinâmicos e individuais, em que, muitas vezes, busca-se um sentido geral e não o entendimento palavra a palavra, exceto quando se necessita de um olhar de revisor, por exemplo. Vide os métodos de estudo de compreensão dinâmica de textos em língua estrangeira (idioma instrumental). Tal ideia pode ser visualizada através de um texto que circula na internet e resume, de forma bem-humorada, a premissa do processo dinâmico de leitura:

> De aorcdo com uma pqsieusa de uma uinrvesriddae ignlsea, não ipomtra em qaul odrem as lrteas de uma plravaa etãso, a úncia csioa iprotmatne é que a piremria e útmlia lrteas etejasm no lgaur crteo. O rseto pdoe ser uma ttaol bçguana que vcoê pdoe anida ler sem pobrlmea. Itso é poqrue nós não lmeos cdaa lrtea isladoa, mas a plravaa cmoo um tdoo.[2]

2 De acordo com uma pesquisa de uma universidade inglesa, não importa em qual ordem as letras de uma palavra estão, a única coisa importante é que a primeira e última letras estejam no lugar certo. O resto pode ser uma total bagunça que você pode ainda ler sem problema. Isto é porque nós não lemos cada letra isolada, mas a palavra como um todo.

Vale ainda ressaltar que os três tipos de leitores podem conviver em um só. O leitor pode, por exemplo, *escanear* as páginas com o olhar em busca de informações, parar e se delongar em recursos multimídia ou informações específicas que lhe convierem. Assim, o mesmo leitor se constitui como tipo a, b, c, podendo ainda participar do processo de comunicação, comentando uma notícia ou enviando materiais que agregam valor à notícia.

No que tange à textualidade e às possibilidades de leitura no meio digital, é válido enfatizar o cuidado necessário quanto ao deslumbramento no que se refere às novidades do texto digital. Conforme a concepção atual de texto da Linguística Textual, "todo texto constitui uma proposta de sentidos múltiplos e não de um único sentido", sendo todo texto "plurilinear na sua construção" (Koch, 2006, p.61). Com base nessa concepção de texto, enquanto construto histórico-social (multi)dialogicamente constituído, Koch postula que todo texto seja um hipertexto. Afinal, são sempre diversas as possibilidades de leitura, de construção e reconstrução de sentidos, de remissões, interpretações, alusões etc. conforme múltiplas possibilidades de percurso de escrita e de leitura. O texto impresso tradicional, por exemplo, pode contar com notas de rodapé ou notas finais, referências a outros textos e autores, remissões a outras obras, filmes etc. às quais o leitor pode ou não recorrer a qualquer momento da leitura propriamente dita. Não se trata de minimizar as potencialidades do meio digital, mas de mensurar o fato de que certos recursos são justamente potencializados (e não criados) pelo suporte *on-line*. Em outras palavras, o suporte maximiza a extensão de recursos como a hipertextualidade, a multimodalidade etc., apenas não é *a origem* desses recursos. Desta feita, supõe-se adequada a ponderação entre o que é "novo" e o que é "já dado" no funcionamento da narrativa digital a fim de, no interstício discursivo, delinear a sua especificidade.

Com essa ressalva, afirmamos uma diferença teórica entre a concepção de texto por nós adotada e a que fica implícita nos estudos de autores como Canavilhas (s/d, 2007), Moherdaui (2007) e Franco (2008), o que não significa, de modo algum, minimizar os méritos dos estudos desses autores. Se, para Canavilhas (2007, p.7), a utilização simultânea dos fatores em uma notícia "abre a possibilidade absolutamente única de que cada usuário possa fazer uma leitura pessoal da informação disponível", para nós, com base nos estudos de Texto e Discurso, essa capacidade é inerente a toda e qualquer produção textual, sendo obviamente *maximizada* no texto digital. Sem dúvidas, a web *potencializa* essa característica do texto e, como expõe Canavilhas, constitui-se como um meio de comunicação de massa que é, simultaneamente "posmassmidiático, no sentido de que pode fruir-se de forma individual e única, situando a relação entre usuários e conteúdos em uma esfera mais privada e individual" (2007, p.7).[3] Isso serve para colocar em xeque o velho conceito de linguagem jornalística como expressão da objetividade. Aliás, sabe-se, pelos estudos discursivos, que as marcas de subjetividade ou de objetividade são efeitos do próprio discurso, não havendo possibilidade de uma linguagem transparente, fato relevante e, na maioria das vezes, ignorado por abordagens jornalísticas, conforme criticamos em Moraes (2011).

Em vez de discordar de Canavilhas quanto às possibilidades textuais do webjornalismo, podemos postular que tais características ajudam a evidenciar as potencialidades do texto em geral, podendo não só definir uma nova caracterização do webjornalismo como do próprio jornalismo em geral. Afinal, entendemos que essa arquitetura textual – que permite ao leitor eleger seu próprio itinerário de leitura – vai além da internet (embora nela seja mais evidente) e é mais antiga do que esse meio. Se con-

3 Desta citação de Canavilhas (2007) em diante, nossa tradução do espanhol.

siderarmos a concepção de Koch de hipertexto, exposta acima, não poderemos limitar à web a concepção do papel do receptor exposta por Canavilhas, que destaca "a necessidade de uma participação ativa do leitor que, ao seguir seu próprio percurso (*recorrido*) de leitura, cria sucessões temporais, altera o curso da história e, por isso, terá de considerar-se a si mesmo como autor de um texto sem princípio definido" (Canavilhas, 2007, p.82).

De modo complementar, podemos concordar com Canavilhas (2007) quanto à possibilidade de o webjornalismo ser um lugar privilegiado para "organizar a informação de tal forma que os usuários saibam o essencial com uma leitura breve, mas que, simultaneamente, deixe pistas aos leitores que queiram ir mais a fundo" (Canavilhas, 2007, p.84). Assim, os sistemas hipertextuais possibilitam "um número quase infinito de arquiteturas" (Canavilhas, 2007, p.125).

Se não se pode negar as especificidades do texto para web, pode-se acrescentar que elas desestabilizam muito do que parecia líquido e certo na constituição do jornalismo hoje chamado tradicional. Consideramos que o reconhecimento de tais especificidades é importante, e propomos que ele seja acrescido de um dispositivo teórico que leve em conta os princípios dialógicos, os heterogêneos e a constituição de efeitos de sentido da e pela linguagem.

Se, por um lado, o webjornalismo abre uma nova possibilidade de arquitetura da construção da notícia, por outro, pode provocar a necessidade de que o jornalismo em geral renove a arquitetura de sua escrita e, seja qual for a plataforma, atue com ética e honestidade. Um primeiro passo é encarar que o próprio funcionamento da linguagem impõe desafios à profissão, pois as variadas formas de expressão permitem diferentes efeitos no discurso, por vezes tendenciosos, como procuraremos exemplificar no item a seguir, ainda que brevemente, com base em conceitos de Dominique Maingueneau.

No (novo) mundo digital, a (velha) destacabilidade

Ressaltamos a necessidade de considerar, no estudo da narrativa digital, um equilíbrio entre aquilo que é específico das mídias digitais (sua especificidade, caracterizada especialmente pela convergência de mídias) e aquilo que é comum, ponto em que se situam tanto as regras básicas do jornalismo (checar dados etc.) quanto o *comunicar a partir de uma língua/linguagem*. Para desenvolver tal argumento, mobilizamos o conceito de citação e destacabilidade, tal qual formulado por Maingueneau (2006), a fim de mostrar que, discursivamente, o *novo* convive com o *já dado* nesse meio convergente, desempenhando a linguagem um papel fundamental nesse ponto de encontro.

Segundo Maingueneau (2006, p.24), "os discursos constituintes [...] são os fiadores de múltiplos gêneros de discurso". São espécies de discursos-limite que, "para não se autorizarem apenas por si mesmos, devem aparecer como ligados a uma fonte legitimadora". Para esse autor, certas condições predispõem à destacabilidade, como a presença de "asserções generalizantes que enunciam um sentido completo; são curtas, bem estruturadas, de modo a impressionar, a serem facilmente memorizáveis e utilizáveis". O enunciado destacado "inaugura uma série ilimitada de retomadas, na medida em que se apresenta como o eco de uma série ilimitada de retomadas" (Maingueneau, 2006, p.74).

Do ponto em que surgiu ao modo como uma citação vai se perpetuar através de um discurso relatado, existe um caminho que pode remodelá-la. Como exemplo de enunciado que surgiu com as condições da destacabilidade, podemos apontar uma afirmação do ministro da Saúde, assim abordada pelo jornal *Folha de S.Paulo* (27/4/2010) em título e olho:

> *Ministro da Saúde recomenda sexo contra hipertensão*
>
> Sugestão de Temporão, em tom de brincadeira, veio junto de outras para que o brasileiro se exercite e consuma menos sal

Vejamos um trecho em que a mesma matéria destaca as falas do ministro:

> O ministro recomendou no final da conversa com jornalistas: "Dancem, façam sexo, mantenham o peso, façam atividades físicas e, principalmente, meçam a pressão".

Pelo trecho citado acima, fica claro que o ministro destacou em sua fala outros aspectos em relação à saúde, mas, devido ao inusitado, foi o assunto "sexo" que ganhou destaque e a característica da repetibilidade. O assunto repercutiu, por exemplo, na coluna de José Simão (*Folha de S.Paulo*, 2/5/2010):

> E o grande babado da semana fica com o ministro Temporão: "Ministro da Saúde recomenda sexo para combater hipertensão". Então não é hipertensão, é HIPERTESÃO! [...]
>
> E um amigo meu mandou avisar o ministro que "faz um TEMPORÃO que eu não faço sexo!". Queremos Bolsa Perereca, Bolsa Motel e Bolsa Viagra!

Ainda segundo Maingueneau (2006, p.76), o enunciado destacável é "autoposicionado, inatingível tanto em seu significante quanto em seu significado, memorável", já que, assim como a máxima, está fadado a "se destacar de seu ambiente textual para levar uma vida autônoma, preservada da decomposição, do esquecimento". Completa o autor:

> De fato, é impossível determinar se essas "pequenas frases" são assim porque os locutores dos textos de origem as quiseram assim, isto é, destacáveis, destinadas à retomada pelas mídias, ou se são os jornalistas que as dizem dessa forma para legitimar seu dizer. (Maingueneau, 2006, p.80)

O conceito é particularmente pertinente aos estudos de mídia, já que "a citação está inscrita no próprio funcionamento da máquina midiática [...]. É como se os profissionais das mídias [...] indicassem discretamente os fragmentos que desejam ver retomados" (2006, p.80). Maingueneau (2006, p.81) salienta que "a destacabilidade permite produzir títulos, intertítulos, legendas de fotos", elementos que Cremilda Medina (1988, p.118) chama de apelos verbais.

> nada impede que um jornalista converta soberanamente em "pequenas frases", graças a uma manipulação apropriada, qualquer sequência de um texto. [...] Os locutores-origem se encontram, assim, com muita frequência, na posição de sobreasseveradores de enunciados que não foram formulados como tais nos textos. [...] esse sobreasseverador é produzido pelo próprio trabalho da citação. (Maingueneau, 2006, p.81)

Esse tipo de funcionamento midiático se repete em notícias veiculadas pela web. Para exemplificar, vejamos trechos de uma notícia divulgada pelo portal Terra em 24/5/2010:

> *Alckmin diz que governo Lula colhe o que não plantou*
> Vagner Magalhães – Direto de São Paulo
> O pré-candidato ao governo do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB), *disse* nesta segunda-feira (24) *que o governo Lula está colhendo o que não plantou.* "Durante esse governo, as reformas estruturantes pararam. O momento atual mascara problemas muito sérios, como a maior taxa de juros do mundo e uma pesada carga tributária", afirmou.
> [...]
> *De acordo com Alckmin, o PSDB tem uma bandeira a zelar.* "Somos seguidores de Franco Montoro e de Mário Covas. A responsabilidade dessa bandeira é nossa."

A escrita mantém a estrutura da pirâmide invertida, começando com o *lead*. As perguntas *Quem? O que? Quando?* são respondidas no primeiro parágrafo da matéria. Já *Onde?* e *Como?* se esclarecem no segundo, enquanto o *Por quê?* é explorado no decorrer do texto. Sublinhamos trechos em discurso indireto, quando a notícia atribui à sua fonte o enunciado citado de forma indireta. Entre aspas, estão os trechos em que a fonte é citada de forma direta.

É curioso observar que o enunciado "Lula colhe o que não plantou", atribuída a Alckmin no título da matéria, não aparece no corpo do texto. A fala que mais se aproxima, na citação de Alckmin, entre aspas, é "A responsabilidade dessa bandeira é nossa". Percebe-se, assim, um movimento do texto para atribuir a Alckmin o enunciado destacado no título. Esse tipo de movimento pode ocorrer em qualquer tipo de suporte, seja digital ou não.

Os exemplos se multiplicam. O recente "caso Padre Beto" (sobre o qual escrevi em meu blog[4]) ficou famoso por retratar o personagem da notícia como "aquele que defende homossexuais", recortando apenas um dos aspectos de suas declarações. Esse recorte fica evidente em títulos midiáticos como "SP: padre declara apoio a gays, causa polêmica e bispo pede retratação" (Terra, 25/4/2013); "Padre que defende homossexualidade pede afastamento da Igreja" (*Folha de S.Paulo*, edição *on-line*, 27/4/2013); "Fiéis lotam igreja em missa de padre que defende homossexuais" (*Folha de S.Paulo*, edição *on-line*, 28/4/2013). Os recortes ressaltam um único aspecto entre várias declarações da personalidade retratada, transformando um sentido que é apenas parcial em "verdade dominante" no âmbito da opinião pública.

4 Disponível em: <http://www.liquimix.blogspot.com.br/2013/04/caso-padre-beto-imprensa-e-destacamentos.html>.

Considerações finais

Nota-se que as especificidades do *webwriting* (ou da redação em mídia digital) não afastam deste novo modo de fazer jornalismo os deslocamentos discursivos de sentido, conforme demonstrado através dos conceitos de citação e destacabilidade. Ou seja, nesse novo meio, permanecem antigos impasses. O espaço digital é caracterizado por potencialidades inovadoras, mas, ainda assim, precisa lidar com o fato de que o funcionamento discursivo permite movimentos de sentido que, muitas vezes, sob o disfarce da suposta objetividade/neutralidade jornalística, mais alteram do que esclarecem sentidos, afetando a questão ética, que, como se vê, independe do suporte utilizado.

A fim de entender as características do ciberespaço, acreditamos ser necessário considerar tanto os elementos específicos que caracterizam as plataformas digitais, quanto os modos de funcionamento discursivo que fazem parte da mídia em geral. Consideramos que a atenção ao nível linguístico-discursivo proporciona um olhar mais apurado sobre o discurso que circula por meio do jornalismo *on-line*, levando a perceber esse espaço como constituído no equilíbrio entre *novas* formas e *antigos* procedimentos. Muda o meio, altera-se a linguagem em boa medida, mas permanecem características que, justamente por essa permanência, podem ser consideradas como inerentes ao jornalismo de modo geral. Pode, aliás, ser mera questão de tempo a distinção entre jornalismo tradicional e jornalismo *on-line* (ou digital, ou webjornalismo), visto que, no estado atual da História da Comunicação, o digital já é (ou está para ser?) o tradicional.

Referências bibliográficas

BACCEGA, M. A. Comunicação / Educação: aproximações. In: BUCCI, E. (Org.). *A TV aos 50:* criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia*. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CANAVILHAS, J. M. *Webjornalismo*: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. S/d. Acesso em: 14 abr. 2011.

______. *Webnotícia:* Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã: Livros Labcom, 2007. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 4.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1987 [1969].

FRANCO, G. *Como escrever para a web*. Elementos para a discussão e construção de manuais de redação "*on-line*". Austin: Centro Knight para Periodismo en las Américas de la Universidade de Texas, 2008. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/pt-br/ebook/como-escrever-para-web-pt-br>.

KOCH, I. V. *Desvendando os segredos do texto*. 5.ed. São Paulo: Cortez, 2006 [2002].

MAINGUENEAU, D. *Cenas da enunciação*. Curitiba: Criar Edições, 2006.

______. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2000.

MEDINA, C. *Notícia – um produto à venda*. 6.ed. São Paulo: Summus, 1988.

MOHERDAUI, L. *Guia de estilo web:* produção e edição de notícias *on-line*. 3.ed. São Paulo: Senac, 2007.

MORAES, E. Contribuição da Análise do Discurso para a concepção de linguagem do jornalista. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, 40(3), p.1316-1325, set.-dez. 2011.

NO PROTECTION: Victim to Sue School in abuse/Bullying Case. ABC.News.com <http://abcnews.go.com>. Notícia veiculada em 25/5/2010. Acesso em: maio 2010.

PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso:* uma crítica à afirmação do óbvio. 3.ed. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1975-1997.

ROMANCINI, R.; LAGO, C. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Editora Insular, 2007.

SODRÉ, N. W. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966. Série Retratos do Brasil, v.51.

O jornalismo e as fórmulas de consumo

Lucilene dos Santos Gonzáles[1]

Introdução

O jornalismo tem sido criticado por alguns estudiosos de ter se rendido à lógica do mercado e essa interdependência, para eles, subordinaria o jornalismo à publicidade, acarretando interferências em suas funções de interesse público e responsabilidade social. No livro *O jornalismo na era da publicidade*, Leandro Marshall (2003, p.24) vê a publicidade como a forma eleita pelas classes dominantes como um dos meios para difundir a produção capitalista e defende que ela acabou se transformando na verdadeira força motriz da imprensa moderna.

Essa polêmica, principalmente acadêmica, pode ser explicada por ambas as áreas terem função informativa, mas com objetivos diversos: o jornalismo deve informar sobre os fatos reais do mundo exterior para formar cidadãos conscientes e críticos; a publicidade informa sobre os produtos, serviços em um contexto ideal, onírico para induzir ao consumo.

1 Doutora em Letras. Docente do Departamento de Ciências Humanas, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: lucilenegonzales@uol.com.br.

Para incitar seu público a adquirir produtos e serviços, a publicidade usa fórmulas de consumo. E o jornalismo? Para transmitir informações, ideias no jornal diário, na revista, nos telejornais, no radiojornal, no webjornalismo, emprega também estratégias linguísticas para conquistar sua audiência, incorporando fórmulas da linguagem do consumo para vender seus produtos editoriais, sua programação?

Esse é o propósito deste artigo: analisar a linguagem jornalística impressa – dos jornais diários e das revistas – para constatar se há nela fórmulas de consumo, ou seja, da linguagem publicitária – já pesquisada por nós e apresentada na obra *Linguagem Publicitária: análise e produção* (2003).

Nossa hipótese de pesquisa é que existe hibridização da linguagem publicitária e jornalística e procuramos investigar se esse fenômeno vem comprometendo a informação, ou seja, se a função social do Jornalismo em atender o interesse público está ou não sendo influenciada por interesses meramente comerciais. Fundamentamo-nos em Albert e Terrou (1990), Gonzales (2003), Lage (2003), Marshall (2003), Medina (1988), Pinho (1998), Vilas-Boas (1996), Vestergaard e Schroder (1988), Sodré (1999).

Para respondermos às nossas indagações, percorremos brevemente a trajetória da imprensa para verificar quando e por que jornalismo e publicidade se entrecruzaram e, a partir dessa retrospectiva histórica, refletimos se a linguagem de ambos está em convergência e os reflexos dessa hibridização para a comunicação social.

1. Jornalismo e publicidade: história

A imprensa periódica surgiu em decorrência da necessidade de informação mercantil na fluorescente sociedade capitalista (Rubleski, 2009).

Não se pode narrar a história do jornalismo periódico sem que se contemplem as funções exercidas no emergente processo de industrialização, da assunção e da consolidação do liberalismo e do desenvolvimento econômico mundial nascido no século XV. O jornalismo sempre conviveu com os interesses do capital ou da política.

Acta Senatus e *Acta Publica*, murais informativos sobre os acontecimentos do Império, a invenção da tipografia por Gutenberg em 1438, a queda do regime feudal, o surgimento de uma burguesia comercial e a ascensão do poder real. A notícia começava então, lentamente, a se configurar como uma mercadoria valiosa em um novo e próspero comércio, transformada aos poucos em produto, até se tornar um elemento imprescindível da nova civilização industrial. Tanto os donos como os editores de empresas jornalísticas logo descobriram que a sobrevivência no mercado de informação exigia que o empreendimento fosse tocado com uma visão empresarial arrojada.

Diante das premissas do capitalismo, os novos empresários da informação descobriram que nem toda notícia, embora útil ou importante, ajudava a vender a mercadoria. Mais do que simplesmente arrolar os fatos do dia, para eles, os jornais deveriam oferecer novidades interessantes, curiosas, impactantes para poder despertar o interesse dos leitores e alimentar a engrenagem do capital.

Já em meados do século XIX, coube à publicidade ser o elemento-chave para uma nova imprensa. Combinada com as inovações tecnológicas, iniciativas empresariais de um mercantilismo já industrial, uma classe média que consolidava seu poder de consumo, o crescimento do número de leitores e as técnicas de impressão maciça de exemplares, "a publicidade bancava os jornais, iniciando a *penny press.* A expressão simboliza o baratíssimo preço dos jornais ingleses da época, fixado em apenas 1 *penny*" (Marshall, 2003, p.46).

Ao mesmo tempo, a *penny press*, já sensacionalista, produziu um modelo de notícia que, pela primeira vez, tinha no centro a vida cotidiana, além de introduzir novas formas de relatos, na busca do público também de menor escolaridade. Na mesma época, os jornais passaram a ser vendidos na rua, pelos meninos que se tornariam famosos anos mais tarde pelos gritos de "Extra! Extra!" (Rubleski, 2009).

Essas fórmulas de consumo tinham por objetivo conquistar mais leitores, para dar conta da então já industrializada impressão dos jornais. Segundo Rubleski (2009), o mesmo ocorreu com a publicidade ou, como se dizia na época, com os "reclames". Essa autora explica que diversos jornais já aceitavam anúncios em meio ao seu editorial, quando, em 1836, o francês Émile Girardin, fundador do diário *La Presse*, teorizou esta ligação: "Quanto mais barato for o jornal, mais leitores ele terá; quanto maior for o número de leitores, mais publicidade atrairá" (Rubleski, 2009). Como decorrência, os lucros perdidos "através do baixo preço seriam compensados por um corpo alargado de assinantes atraídos pelo baixo preço do jornal e por uma expansão da publicidade" (Rubleski, 2009).

As estatísticas apontam que "um jornal sem publicidade custa ao leitor 70% mais do que um jornal com o volume usual de anúncios" (Rubleski, 2009).

No Brasil não foi diferente.

> O surgimento da empresa jornalística no Brasil pode ser localizada por volta de 1890. Por essa época, especialmente no Rio de Janeiro (centro de decisões e de movimento econômico), observam-se duas tendências no sentido de transformar a atividade jornalística em exploração comercial e industrial. De um lado, os jornais como a *Gazeta de Notícias* e o *Jornal do Comércio*, tradicionais folhas que vêm do Império (pelo menos quanto à estrutura econômica), adquirindo equipamentos e passando a faturar, princi-

> palmente, com a venda de espaços publicitários; de outro, surgem novos órgãos como o *Jornal do Brasil* e, pouco depois, o *Correio da Manhã*, já estruturados como empresa e voltados, como qualquer negócio, para o lucro como objetivo. (Medina, 1988, p.47)

A vinda da corte portuguesa já impulsionara o mercado publicitário: o primeiro anúncio publicado no Brasil data de 1808, e se trata de um imóvel à venda. Contudo, nessa época, a publicidade se ocupava, principalmente, com anúncios sobre escravos foragidos, mas também existia a propaganda de remédios, artigos de moda e bebidas.

> Quem quiser comprar uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita, fale com Ana Joaquina Silva, que mora nas mesmas casas, ou com o capitão Francisco Pereira de Mesquita, que tem ordem para as vender. (*Gazeta do Rio de Janeiro*, apud Pinho, 1998, p.16)

Sem ilustração e sem títulos, o texto publicitário da época tinha como objetivo principal informar o leitor sobre o produto; somente a partir de 1875 que a ilustração começou a aparecer na publicidade. Nessa mesma época, o pensamento empresarial viu a possibilidade de lucrar com a atividade jornalística, então passou a investir em maquinário para a impressão rápida e de qualidade (rotativas e linotipos). A ilustração passou a se inserir nas páginas dos jornais e periódicos, sendo utilizadas como uma forma de atrair o público para a notícia, e representar através de figuras o que era dito na reportagem, substituindo a fotografia jornalística contemporaneamente.

O volume de anúncios publicitários, então, começou a crescer, exigindo cada vez mais espaços nas páginas dos jornais, que passaram a cobrar pela inserção deles. O orçamento publicitário incrementou a receita dos jornais, que passaram a ser mais bara-

tos e lidos por um maior número de pessoas; a partir daí, alguns grupos jornalísticos passaram a depender da publicidade para manter seu público leitor e a sua própria existência (Sodré, 1999, p.252).

O aumento do público leitor e as novas possibilidades técnicas da ilustração fizeram surgir o apelo publicitário, que era explorado a partir das imagens com o auxílio de textos. Em 1914, a primeira agência de publicidade brasileira, a *Eclética*, inicia a profissionalização do mercado publicitário brasileiro.

> Pouco a pouco, os jornais e a publicidade incorporavam novos procedimentos e recursos técnicos, como o clichê, o anúncio testemunhal, a técnica do texto em verso rimado e metrificado, os primeiros *slogans* e o uso de cores. Notadamente, no final do século, a tipografia perdeu seu caráter artesanal para situar-se em uma linha de produção que exigia o aparelhamento técnico, e especialização, a divisão do trabalho e a racionalização dos custos. Também a publicidade beneficiou-se com as melhorias, que vão trazer novos contornos para a atividade no século XX. (Pinho, 1998, p.12)

O surgimento das revistas propiciou o entrelaçamento da história da imprensa e da publicidade brasileira. A própria linguagem jornalística desse tipo de periódico preza pelo apelo à literatura; as revistas, nessa época, já eram carregadas de apelo visual, tornando-se o principal veículo para a venda do espaço publicitário, pelas suas melhores condições técnicas, público leitor específico.

As primeiras décadas do século XX foram marcadas pelo crescimento nos números de títulos, como *A Revista da Semana, O Malho, A Vida Paulista, Arara* entre outras. O grande fenômeno editorial da época foi, em 1928, *O Cruzeiro.* Prezando pela finalização gráfica da revista, *O Cruzeiro* era impresso em papel diferenciado que valorizava a fotografia e a criatividade.

> Enquanto os jornais marcaram os períodos abolicionista e republicano criando um clima de participação, as revistas semanais e ilustradas vieram carregadas de uma nova atmosfera: agora é o instante da crônica social, da charge, do soneto. Os homens do governo não são mais atacados, são alvos de sátira; os fatos não se traduzem em notícias, mas vêm no leve comentário; e junto com as rimas, que tomam largo espaço, há um não menor fascínio pela Academia. Tempo de Bilac, das fotos das senhorinhas, dos ecos parisienses. Sustentando isso tudo, principia uma propaganda regular. (Ramos, 1985, p.19)

Nomes importantes da literatura migraram para os jornais, como Paulo Barreto (João do Rio) repórter/cronista de *A Gazeta de Notícias*, que mais tarde se tornou empresário do ramo jornalístico, fundando *A Pátria*.

> Paulo Barreto inovou principalmente ao nível do conteúdo informativo e dos métodos de captação dos dados, portanto, ao nível de reportagem. [...] a observação da realidade, como característica essencial do repórter, foi realmente o ponto de partida de João do Rio ao produzir reportagens e ao renovar a crônica. (Medina, 1988, p.60)

Não só as técnicas de impressão evoluíam; a inserção no Brasil de novos meios de comunicação, como o rádio, na década de 1920, e mais tarde a televisão, em 1950, revolucionaram o texto jornalístico e publicitário. Enquanto os jornais e as revistas competiam com meios mais velozes, a publicidade precisava se adaptar à linguagem estritamente falada e ao vídeo.

O jornalismo impresso viu então a necessidade de adaptar sua linguagem. Para sobreviver no novo cenário da imprensa, surgiu o jornalismo interpretativo, que aprofundava as notícias, levando ao leitor os antecedentes e os possíveis desdobramen-

tos do fato. Mas, acima de tudo, era preciso baratear o custo do jornal e da revista para a população, e a saída era vender espaço para a publicidade. Desde então, a relação entre jornalismo e publicidade consolidou-se e vai além dos textos e das imagens.

O rádio e a televisão procuravam a sua característica jornalística, já que a instantaneidade desses meios os destacava no cenário da imprensa, e o oferecimento ao público de programas de entretenimento que obtinham alta audiência atraía o mercado publicitário. Os novos meios de comunicação trouxeram consigo a concentração geográfica e empresarial para o meio jornalístico, situando-se principalmente no eixo Rio de Janeiro-São Paulo e congregando grandes empresas de comunicação.

Com os poderosos meios de comunicação de massa, como rádio e a TV, adiciona-se a internet no fim do século XX, fenômeno que instala um regime de competição acirrada no campo da informação. As diversas mídias canibalizam o mercado e otimizam o processo de *marketing* empresarial para garantir a sobrevivência (Marshall, 2003).

Se a televisão instaurou a era do audiovisual, magnetizando as massas em torno da imagem e quebrando o ciclo de três séculos da era alfabética inaugurada por Gutemberg, a internet surge como meio radicalmente novo e, embora ainda em construção, quebra o ciclo da imagem e inaugura uma nova era de interatividade e virtualidade, hibridizando agora informação, entretenimento, relacionamento e publicidade.

A história da imprensa mostrou que informação e publicidade são parceiras desde o início da imprensa; na contemporaneidade, cada vez mais, fundem-se, em um mesmo produto midiático. Como o financiamento e a lógica publicitária são condição para a existência do conteúdo editorial e da programação dos meios de comunicação de massa, o jornalismo só se torna factível no e pelo financiamento do poder econômico publicitário (Marshall,

2003). Compreender essa dinâmica significa compreender que hoje o jornalismo sobrevive graças à publicidade.

2. A linguagem do jornalismo, da publicidade e as fórmulas de consumo

A parceria entre jornalismo e publicidade ultrapassa, porém, o âmbito mercadológico e adentra na linguagem dessas duas áreas da comunicação. Na busca do sucesso entre o público, desde o final do século XIX, o jornalismo – especialmente o impresso, objeto de estudo deste artigo – passa a utilizar fórmulas de consumo com textos curtos, manchetes garrafais, infográficos, retrancas, tabelas, fotos grandes e chamativas, variedades de cores. Tudo para atrair e fixar a atenção dos leitores. A regra dos jornalistas e principalmente designers é provocar impacto visual, destacando o jornal no bazar de notícias diárias para vender o produto jornalístico que objetiva informar e formar a opinião dos leitores (Medina, 1988, p.87).

Em meio a esse contexto da informação e do entretenimento – no jornal impresso e, especialmente, nas revistas –, a publicidade, para vender produtos, serviços e ideias, também utiliza fórmulas de consumo como letras garrafais, imagem apelativa, textos curtos. Sua tarefa é chamar a atenção, despertar o interesse, estimular o interesse, criar convicção e levar à ação – compra (Vestergaard; Schroder, 1988, p.48) – por meio da seguinte estrutura: título, imagem, texto, marca e *slogan*.

A partir desses três componentes da mensagem publicitária – título, subtítulo e texto –, faremos uma comparação com a formatação de três estruturas da mensagem jornalística – título ou manchete, linha fina e *lead* – para verificar como se configuram os apelos de consumo nessas comunicações e se há hibridização nessas linguagens.

2.1 Título

O título publicitário, juntamente com a imagem, é o grande responsável por chamar a atenção e despertar o interesse do leitor pela mensagem do anúncio. Mensagem grafada em letras maiores nos anúncios, o título é a comunicação verbal geralmente original, criativa, pois é sua função fazer que o leitor/consumidor de um anúncio impresso – revista, jornal, folder e outros – pare para entender o sentido da imagem por ele delimitada e prossiga a leitura para conhecer o produto propagado.

O título publicitário é construído para impactar o leitor/consumidor, por isso explora seu imaginário, emoções, interesses e necessidades. Um bom título deve ter duas qualidades: ser conciso; ter, no máximo, de cinco a sete palavras gramaticais – verbos, substantivo, adjetivos, advérbios (Citelli, 1995, p.43);[2] ser positivo, abordar aspectos eufóricos e agradáveis (Martins, 1997, p.123).

Já na informação jornalística, o título foi o primeiro apelo verbal a ser explorado, conscientemente desdobrado da mensagem. Ainda no final do século XIX, o título na imprensa escrita é utilizado como uma fórmula de consumo da indústria cultural jornalística para chamar a atenção e conquistar o leitor.

> o título anuncia o fato, o título resume a notícia, o título embeleza a página. Aos primeiros critérios se liga a angulação informativa convencional e ao último, uma preocupação superficialmente estética [...]. A mensagem-consumo exige um título de apelo forte, bem nutrido de emoções, surpresas lúdicas, jogos visuais, artifícios linguísticos. O título ganha vida de consumo como qualquer anúncio publicitário e a edição trabalha com cuidados especiais. (Medina, 1988, p.119)

2 Nem todos os anúncios, porém, apresentam esse padrão. Alguns apresentam apenas a imagem e a marca; outros, o título, a imagem e a marca; e diversas outras estruturas (Gonzales, 2003, p.18).

Grafado em letra maior que a linha fina e o texto, o título no jornal é como o anúncio da notícia, concentrado no fato de que provavelmente mais despertará a atenção, e a manchete é o título do assunto principal de cada edição. O título jornalístico é de alta importância porque a maioria dos leitores de um jornal lê apenas o título da maior parte dos textos editados. "Ou o título é tudo que o leitor vai ler sobre o assunto, ou é o fator que vai motivá-lo ou não a enfrentar o texto" (Novo Manual..., 1992, p.168).

Percebe-se já a convergência do título jornalístico e publicitário: ambos são grafados em letras maiores; a comunicação verbal é concisa, composta de palavras com forte conteúdo e, sobretudo, original, criativa para que o leitor/consumidor interesse-se pelo texto da publicidade ou da notícia.

No título jornalístico e publicitário, há a preocupação com a estética e em vender uma informação ou um produto, serviço ou ideia, com palavras fortes, emocionais. O domínio literário – função poética – alcança o título, requinte que se transporta também para a manchete de jornal ou de revista. A titulação é fechada por editores ou jornalistas linguisticamente mais hábeis, mais criativos. Esses jogos estilísticos estão a serviço da linguagem de consumo, a função apelativa (Medina, 1988).

Na revista, a hibridização da linguagem publicitária e jornalística é ainda mais concreta.

> Os títulos chamam o consumidor pela diagramação, pela forma verbal literária, pela malícia dos dados em jogo, pela intimidade com que falam ao leitor como você, aqui e outras formas imperativas, ou simplesmente pelo prazer lúdico do quebra-cabeças. Até os títulos interrogativos – pecado original nos clássicos manuais – se constituem num apelo direto [...]. Na verdade, o título sempre deixa transparecer a posição opinativa do grupo empresarial, mesmo aqueles que se dizem imparciais. Qualquer título de aparência denotativa pode ser conotado no contexto da informação. (Medina, 1988, p.120)

Segundo essa autora, visando atrair a atenção do consumidor a que se dirige, o título ou a manchete de capa das revistas combina informação e lazer, influências da era informação/consumo, e nesses termos sintoniza-se com a publicidade. Desde o início do século XX, com a massificação do jornalismo, as revistas, na era do marketing, especializam-se em conhecer seus leitores consumidores e atrai-los à sua compra com recursos gráficos e linguísticos criativos.[3]

O domínio literário – função poética – alcança, portanto, o título publicitário, requinte que se transporta também para a manchete de jornal ou de revista.

> Informação e publicidade passam enfim a se fundir em um mesmo produto midiático. Cria-se uma notícia híbrida, uma metamorfose linguística, um amálgama de discursos. Rompem-se os arames farpados que dividiam o campo do jornalismo e da publicidade e passa-se a criar, em seu lugar, uma mutação genética dirigida essencialmente ao mercado. (Marshall, 2003, p.120)

2.2 Subtítulo

Na publicidade, o subtítulo "aparece em letras menores que o título e completa-o, fornecendo-lhe uma resposta sintética ao que é proposto pelo título" (Martins, 1997, p.126). Esse mesmo recurso verifica-se na linha fina ou supratítulos da mensagem jornalística: "frase ou período sem ponto final, que aparece abai-

3 Em pesquisa sobre as capas de *Veja* (Gonzales, 2011), identificamos que a estruturação das capas é bastante semelhante à do texto publicitário: as capas da revista utilizam-se da marca *Veja*, de uma imagem, de uma manchete – comparável ao título da publicidade – e de um subtítulo ou supratítulo para complementar a mensagem da manchete – também usados na publicidade.

xo do título ou acima dos títulos e servem para completar seu sentido ou dar outras informações. Funciona como subtítulo. Usa letras menores que as do título e maiores que as do texto" (Novo Manual..., 1992, p.153).

Esses componentes – subtítulo da publicidade e linha fina do jornalismo – também são semelhantes na estruturação e finalidade de suas mensagens: ambos completam a informação do título e têm como objetivo despertar o interesse do leitor pelo anúncio ou matéria jornalística.

2.3 Texto

Na estrutura do anúncio publicitário, é chamada de texto a argumentação verbal que aparece geralmente logo abaixo da imagem do anúncio ou em qualquer outra posição. Essa comunicação linguística visa informar o consumidor sobre o produto, serviço ou ideia propagados e também persuadi-lo; finalidades que provêm de argumentos racionais – apresentação de argumentos, dados provando a validade do produto – e de apelos emocionais – desencadeamento de motivações inconscientes para levar o consumidor à decisão de compra do produto.

Nos anúncios, o texto aparece sob a forma de um parágrafo apenas, ou de um texto estruturado em vários parágrafos, ambas as formas contendo introdução, desenvolvimento e conclusão.

A introdução do texto deve estimular o desejo do leitor para consumir o produto. Nesta introdução, apresenta-se uma proposição como verdade. A ideia ou o produto divulgado será sempre o melhor, o mais viável, o mais econômico.

O desenvolvimento do texto deve criar convicção no leitor por meio de: a) provas racionais, que se apoiam em coisas e fatos lógicos, argumentos incontestáveis, como a descrição das qualidades, utilidades do produto; as causas e consequências, os motivos e resultados do ter e não ter o produto; a explicitação

da superioridade do produto; b) argumentos emotivos, que se centram no emissor, jogando com os seus sentimentos visando à aceitação da mensagem por meio de expressões exclamativas, interjeições, adjetivos qualificativos subjetivos, superlativos e diminutivos, figuras de linguagem, conotação; c) argumentos mistos, que combinam as provas racionais com os argumentos emotivos e a função informativa da mensagem se dilui nos apelos emotivos, uma vez que é "sabido que as pessoas se sensibilizam mais pela emoção do que pela inteligência, mais pelo que está fora do produto, do que nele mesmo" (Martins, 1997, p.130). Esse tipo de desenvolvimento é o mais comum nos anúncios publicitários, pois informa e apela ao mesmo tempo.

A conclusão do texto induz o consumidor à compra. Essa parte retoma, confirma o objetivo do texto e incita o consumidor à compra do produto por meio de formas imperativas, explícitas ou implícitas.

Na mensagem jornalística, o texto também recorre a apelos verbais direcionados para o consumo. Nesta categoria está o *lead*, primeiro parágrafo da notícia, cabeça ou lançamento da matéria.

> Formalizado pelos norte-americanos ainda no século XIX, passou a constituir um traço importante de motivação para o produto/notícia, para agarrar o consumidor no contato imediato. (Medina, 1988, p.118)

Todos os assuntos (ou incidentes) que figurarem no *lead* devem constar obrigatoriamente do desenvolvimento da matéria, já que é um índice, resumo ou forma de chamar a atenção do leitor. O *lead* pode ser definido como "o parágrafo sintético, vivo, leve com o que se inicia a notícia, na tentativa de prender a atenção do leitor". Cada um dos assuntos será desenvolvido na sequência da reportagem, mas o *lead* já deu uma ideia do

que houve, convidando o leitor a percorrer a notícia até o final (Erbolato, 2001).

> Um *lead* mostra, em primeiro lugar, um esforço de captação – "por onde vou começar a matéria", preocupação sintomática do repórter, equivale à angústia de captar uma parte significativa do real. A edição acentua seu valor quando dedica um tempo especial para o acabamento do *lead* que, por sua vez, revela a angulação da editoria, do setor do jornal [...] o *lead* deve apresentar um resumo de unidades de informação do acontecimento. Dentro da narrativa sequencial decrescente, chamada pirâmide invertida, esse é o lançamento ideal. (Medina, 1988, p.121)

Enquanto o *lead*, na síntese acadêmica de Laswell, informa quem fez o que, a quem, quando, onde, como, por quê, e para quê, a documentação consiste em proposições adicionais sobre cada um desses termos (Lage, 2003), ou seja, a documentação detalha o fato exposto no lead, sempre em ordem decrescente de importância.

Para estabelecer esse detalhamento do fato na notícia, o jornalista pauta-se no interesse do leitor, dosando em seu texto a racionalidade dos fatos e a emoção ou subjetividade do leitor. Segundo Medina (1988), a mensagem jornalística reveste-se do binômio realidade/sonho.

Mesmo a notícia, mensagem jornalística que se insere no gênero informativo, recorre a essas fórmulas de consumo para atrair a atenção do leitor oferecendo-lhe, nos três componentes analisados – título, linha fina, *lead* –, três dados distintos, garantindo ao leitor informações sobre o fato noticiado, caso não queira ou não tenha tempo para ler toda a notícia.

> A inquietude da abertura do *lead* como apelo significa diversos padrões de consumo: o *lead* sumário, o *lead* impacto, o *lead* envol-

> vente, o *lead* literário, acompanhado da documentação que detalha os elementos expostos no *lead*. Essa formatação do texto jornalístico anuncia uma mercadoria, o produto oferecido pelo jornalismo na indústria cultural. (Medina, 1988, p.123)

Nas revistas, a fórmula informação/consumo fica ainda mais nítida. O texto cria uma aproximação afetiva com o leitor, técnica muito comum na publicidade (Medina, 1988, p.121).

> Assim, percebe-se que as palavras empregadas no jornalismo de revista revestem-se de um binômio sonho/realidade, de uma atmosfera emotiva. O substantivo e o verbo, palavras-sinteticamente-importantes-para-a-informação predominantes na notícia, aparecem num âmbito de significação que os conotam de adjetivação, um substantivo aparentemente referencial se torna, dentro de um contexto ideológico e/ou mercadológico, extremamente conotativo. (Medina, 1988, p.125)

Verificamos que os componentes texto (na estrutura da mensagem publicitária) e *lead* e documentação (na mensagem jornalística) têm objetivo convergente: a informação mais detalhada ao leitor. Na publicidade, sobre o produto/serviço/ideia anunciados; e, na notícia, sobre o fato; ambas calcadas no binômio racional/emocional ou realidade/emoção para despertar no consumidor o desejo pelo produto/serviço anunciado ou aproximar-se do leitor.

Considerações finais

A história da imprensa periódica mostrou-nos que o jornalismo nasceu da necessidade da sociedade capitalista que carecia de informação mercantil, e esse mercado da informação, para

sobreviver, passou a ser administrado como uma empresa. A publicidade foi inserida na história da imprensa à medida que crescia o poder de consumo da classe média, contexto em que a *penny press* barateou o custo dos jornais e permitiu o acesso à informação dessa camada mais popular, financiada pelos anunciantes.

Além disso, a fórmula informação/consumo despertou a imprensa para a venda de notícias que combinavam realidade e emoção, ou seja, úteis e importantes, mas também interessantes, curiosas, impactantes para atrair a atenção do leitor e vender a mercadoria. Conjugando a estratégia de baratear os jornais, vendê-los para mais pessoas e atrair mais anunciantes, a imprensa tem-se mantido até hoje. No Brasil também a imprensa sempre esteve aliada à publicidade; tocada como empresa da informação que visa lucros, os títulos de jornais e revistas cresceram e disponibilizaram não somente à elite informações e entretenimento.

Paralelamente ao desenvolvimento da imprensa, que investiu num jornalismo mais aprofundado, a reportagem, a publicidade se profissionalizava, incorporando procedimentos e recursos técnicos. Esse contexto propiciou o surgimento das revistas, com a oferta de um texto mais prazeroso para o leitor, o que promoveu um casamento perfeito entre publicidade e jornalismo.

Com o número crescente de empresas de comunicação, o financiamento dos anunciantes e a grande circulação de jornais e revistas, surgiram inovações no fazer jornalístico e o benefício social de levar a mais leitores informação, entretenimento.

Essa parceria jornalismo/publicidade não ocorreu somente no âmbito mercadológico, mas também no da linguagem. Verificamos nesta pesquisa que os componentes título, subtítulo (linha fina) e texto (*lead* e documentação) da mensagem publicitária e jornalística hibridizam-se como fórmulas de consumo. Em ambas as mensagens, os títulos revelam uma preocupação com recursos visuais e linguísticos criativos e em vender a informação com palavras fortes, emocionais, destacadas em letras

garrafais. Os subtítulos do jornalismo e da publicidade complementam a informação do título, acrescentando, de forma rápida, dados novos ao leitor e captam seu interesse pelo texto a seguir.

O texto publicitário e jornalístico detalham as informações ao leitor, ambos calcados no binômio racional/emocional ou realidade/emoção, para despertar o desejo pelo produto/serviço anunciado ou aproximar-se dele, estimulando uma relação de afinidade com a linha editorial do jornal ou revista.

As estruturas hibridizadas e as intenções das mensagens jornalística e publicitária são fórmulas de consumo inseridas em uma sociedade capitalista que atende às necessidades de um público, que quer ou precisa absorver a informação de forma rápida e persuasiva, e quer conhecer os produtos e serviços disponíveis no mercado.

São conteúdos da cultura de massa que informam, suscitam curiosidades, alargam horizontes; inserem-se nos meios de comunicação na era da industrialização; o jornalismo como produto de consumo da indústria cultural e a publicidade como mensagem deste universo.

Jornalismo e publicidade, portanto, amalgamam-se e muitas vezes seus objetivos são comprometidos. Por isso cabe aqui o alerta para a responsabilidade social e o compromisso ético dos profissionais de comunicação social para que preservem as funções sociais dessas duas áreas, não comprometendo a fronteira entre jornalismo e publicidade.

A mensagem jornalística, ao utilizar as fórmulas de consumo aqui apontadas, informa seu leitor de maneira criativa, inteligente, rápida, valorizando ao mesmo tempo a equipe que produz o jornal ou a revista e seus leitores, que esperam dessas publicações olhares de profissionais da informação que disponibilizem um conteúdo preciso, ético, baseado no interesse público.

A publicidade, além de propiciar a disseminação da informação jornalística a um número maior de pessoas pelo finan-

ciamento dos anunciantes, tem a função social de disponibilizar informações sobre produtos, serviços e ideias por meio de uma linguagem criativa, inusitada, original. Nem sempre é vista como conteúdo negativo nas páginas dos jornais e revistas; muitas pessoas se satisfazem tanto com as notícias quanto com os anúncios.

Cabe, portanto, aos produtores da informação buscar o equilíbrio entre o interesse público e mercadológico na divulgação das mensagens jornalísticas e publicitárias para informar a sociedade, formar opinião e incitar o consumo de produtos jornalísticos e de produtos/serviços/ideias, visando sempre o benefício social.

Referências bibliográficas

ALBERT. P.; TERROU, F. *História da imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ERBOLATO, M. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 2001.

GOMES, N. D. *Publicidade*: comunicação persuasiva. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

GONZALES, L. Capas de *Veja*: jornalismo e publicidade em convergência. In: ______. *Sociedade e imprensa no Brasil*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

______. *Linguagem publicitária*: análise e produção. São Paulo: Editora Arte & Ciência, 2003.

LAGE, N. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1986.

______. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2003.

MARTINS, J. S. *Redação publicitária*: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MARSHALL, L. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, C. *Notícia, um produto à venda*: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2.ed. São Paulo: Summus, 1988.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX*. v.I. Neurose. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

NOVO MANUAL DA REDAÇÃO. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1992.

PINHO, J. B. Trajetória da publicidade no Brasil: das origens à maturidade técnico-profissional. In: ______. (Org.). *Trajetória e questões da publicidade brasileira*. 2.ed. São Paulo-SP: Intercom, 1998.

RAMOS, R. *Do reclame à comunicação*: pequena história da propaganda no Brasil. São Paulo: Atual Editora, 1985.

RUBLESKI, A. Jornalismo e marketing: estratégias mercadológicas para sobrevivência dos jornais impressos. *Revista Esfera*. Revista da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, Macaé (RJ), 2009.

SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

VESTERGAARD, T.; SCHRODER, K. *A linguagem da propaganda*. Trad. J. A. dos Santos. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

VILAS-BOAS, S. *O estilo magazine*: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

Comunicação radiofônica e interatividade à luz do dialogismo e da interação verbal

Suely Maciel[1]

Introdução

O desenvolvimento tecnológico das últimas décadas, em especial no campo das mídias, trouxe consigo uma série de novos processos e expressões/conceitos provenientes das tentativas de compreendê-los e explicá-los. Entre os de mais largo emprego certamente figura a noção de interatividade, a qual circula por diferentes universos dos discursos e práticas cotidianos, com significados que se espraiam da relação entre os indivíduos, as máquinas digitais e os meios de comunicação até as mais falseadas estratégias de *marketing* comercial. Em decorrência dessa reiterada alusão ao fenômeno nas mais diversas esferas da comunicação na contemporaneidade, muitos pesquisadores têm abordado o tema nos últimos anos, estendendo a discussão, de forma mais ou menos aprofundada, a campos tão díspares quanto o emprego corrente do termo: há estudos sobre "interatividade" na esfera do comércio digital, no desenvolvimento de compu-

1 Doutora em Ciências da Comunicação. Docente do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: suelymaciel@faac.unesp.br.

tadores "inteligentes", na relação entre usuários e interfaces computacionais,[2] na conversação humana cotidiana e mesmo no funcionamento de aparatos eletrônicos. Essa variedade de abordagens acaba levando, por consequência, a diferentes perspectivas também quanto aos limites e características desse processo, que ora é relacionado com a mera operacionalização de dispositivos tecnológicos, ora estende-se a uma compreensão mais complexa sobre as variadas trocas humanas no meio social.

Apesar dessa espécie de "distensão conceitual", por causa justamente da amplitude dos processos e estratégias comunicacionais que vêm sendo indistintamente considerados "interativos", não é precipitado afirmar, num esforço de síntese, que a interatividade tem sido comumente entendida como a possibilidade de trocas enunciativas (mediadas ou não por aparatos tecnológicos) entre os sujeitos envolvidos na produção e recepção de mensagens. Os processos interativos seriam caracterizados, portanto, pela condição de atuação mútua e reversibilidade entre os dois polos envolvidos no ato comunicacional, geralmente designados "emissor" e "receptor",[3] numa subversão da tradicional lógica da distribuição de mensagens. Em outras palavras,

---

2 Principalmente em relação ao aparato computacional e aos ambientes virtuais, o termo tem sido tão regularmente empregado que se pode falar numa certa "apropriação" do conceito pelo campo da informática e do fenômeno da comunicação em rede, como se ele só dissesse respeito às diferentes modalidades de trocas mútuas entre os interlocutores no mundo digital, aí incluída a internet. Sob este prisma, interatividade seria uma espécie de característica das "máquinas inteligentes" que permitiria uma simultaneidade entre os atores do processo comunicacional, ou seja, como sendo os próprios computadores e seus usuários.

3 Utilizam-se neste momento os termos "emissor" e "receptor" por serem os mais empregados quando se fala nos sujeitos envolvidos nas ações de comunicação. No presente estudo, todavia, a percepção que se tem de tal movimento e da relação que se estabelece entre os sujeitos não é a mesma que considera tais esferas como estanques e desvinculadas. Ao contrário, o entendimento é o de que a comunicação se realiza no diálogo e na interação discursiva entre as duas esferas, como se poderá ver mais adiante. Daí o fato de se trabalhar também com os termos enunciador/coenunciador e falante/destinatário ou, simplesmente, interlocutores.

todas as vezes que o então "destinatário" de determinada produção entra em contato direto ou indireto com aquele que a emite, considera-se que houve alguma forma de "interatividade", não importa que mecanismos ou estratégias tenham sido usados para tanto. Tal espécie de troca tem sido bastante impulsionada na atualidade pelo desenvolvimento de recursos tecnológicos que permitem ou facilitam, para os sujeitos que a eles têm acesso e que os dominam, a produção e a comunicação de mensagens. Graças à interatividade, então, estar-se-ia instituindo um novo estatuto para o chamado "público". Afinal, este tem, cada vez mais, ocupado o lugar de elaboração e transmissão de variados tipos de mensagens, até então uma prerrogativa daqueles que detinham o aparato necessário para isso e, portanto, assumiam a primazia na emissão, favorecendo o predomínio da lógica da distribuição (Silva, 2000, p.119).

Assim, alguns pesquisadores consideram que a interatividade surge como a concretização dos vaticínios de extinção dos limites entre as instâncias emissora e receptora, no sentido não apenas técnico dos termos, mas também no das relações entre os participantes da comunicação, e passa a abarcar tanto os sujeitos quanto os recursos tecnológicos de que estes se valem para comunicar mensagens e sentidos. Magalhães (2001), por exemplo, ao falar sobre o moderno ambiente digital, afirma:

> O que caracteriza a interatividade é a possibilidade – crescente com a evolução dos dispositivos técnicos – de transformar os envolvidos na comunicação, ao mesmo tempo em emissores e receptores da mensagem. [...] As estruturas técnicas de rede permitem implementar novas e mais complexas formas de interação social, fazendo emergir a possibilidade da troca imediata no ciberespaço. Dessa forma, os indivíduos tornam-se, ao mesmo tempo, receptores e emissores, produtores e consumidores de mensagens. A comunicação deixa, definitivamente, de ser linear e de mão única, para tornar-se poliglota, polissêmica e policêntrica. (Magalhães, 2001)

Coloca-se, dessa maneira, a relevância dos processos interativos como um acontecimento de destaque na comunicação contemporânea, dado o impacto que eles exercem ao configurarem novos papéis e formas de atuação.

Em vista do exposto, o presente estudo visa contribuir com essa discussão, apresentando uma compreensão específica de interatividade, a qual toma como eixo o fato de a comunicação discursiva, nas suas mais diversas formas, fundamentar-se no diálogo e na interação entre sujeitos e discursos. Nesse sentido, as noções de dialogismo e interação verbal, postuladas pelo teórico russo Mikhail Bakhtin e seu Círculo, serão tomadas como baliza para o entendimento da interatividade na configuração dos enunciados e seus sentidos. Antes, porém, de serem discutidas as contribuições desta perspectiva teórica, faz-se uma breve apresentação de como a interatividade é tratada por alguns estudiosos, a fim de buscar traçar contornos mínimos para o conceito, sem a pretensão, obviamente, de se fazer um vasto e aprofundado levantamento, nem encerrar, de uma vez por todas, suas possibilidades de significação. A procura se dá unicamente no sentido de melhor apreender o fenômeno para os objetivos da presente proposição e, especialmente, estabelecer um diálogo entre a abordagem comumente feita e aquela sob a qual se coloca esta investigação.

Por fim, a discussão recairá especificamente sobre a conformação da mensagem na mídia radiofônica. A justificativa para tal escolha reside no fato de os recursos e procedimentos que viabilizariam a interatividade não serem um advento do hoje, apesar da aparente atualidade do fenômeno. Além disso, a quase exclusiva associação que normalmente tem sido feita entre ele e o ambiente digital, principalmente a internet, também não corresponde à realidade da comunicação midiática. Afinal, todos os veículos tradicionais, como rádio, televisão e jornais/revistas, sempre mantiveram meios de estabelecer contato direto com seu públi-

co, no mínimo através de telefonemas e correspondência e, mais modernamente, de correio eletrônico, chats, fóruns de discussão etc. No caso específico do rádio, essa possibilidade foi quase uma constante desde o início das transmissões, ainda mais estimulada com o advento da decodificação do sinal telefônico (por meio do aparelho híbrido), das unidades móveis e até mesmo da presença do ouvinte no estúdio (Ortriwano, 1998). Como afirma Eduardo Meditsch, o rádio foi o primeiro meio a lançar mão das transmissões em tempo real e a realizar muitos dos procedimentos hoje associados à ideia de interatividade, como o *zapping* (Meditsch, 1997). Na atualidade, os mecanismos mais comuns são os que permitem o contato com as equipes de produção dentro das emissoras (telefonema, carta, e-mail, presença nas redações etc.) ou a participação efetiva (presença no estúdio de transmissão ou telefonema para ele quando da apresentação de programas). O rádio apresenta-se, portanto, como uma mídia desde sempre aberta e propícia à interatividade, a qual é facilitada ainda mais pelas características intrínsecas da linguagem do meio, como se poderá ver a seguir.

1. Mídia radiofônica: linguagem e especificidades

O rádio é uma mídia sonora que articula e integra diversos sistemas sígnicos, quais sejam os códigos verbal, sonoro e musical.[4] Tais componentes, na configuração da mensagem

4 Embora a música também seja som, diferencia-se a linguagem sonora da linguagem musical porque os tipos de signos que as constituem são diferentes, bem como se organizam de maneira própria. No caso específico do rádio, a música e os efeitos sonoros também desempenham papéis diversos e importantes na produção e na significação da mensagem, daí a preferência por apresentá-los como componentes distintos, ainda que integrados no discurso radiofônico.

radiofônica, perdem sua unidade isolada e só podem ser observados e compreendidos atuando em conjunto no meio acústico em que o discurso se realiza e cujo elemento ordenador é o tempo. Em vista disso, a constituição do enunciado se dá como numa espécie de "mosaico", no qual todos os elementos (sonoros+musicais+verbais) articulam-se simultaneamente.[5]

Além disso, a mídia radiofônica caracteriza-se tecnicamente como processo de transmissão e recepção por meio de ondas sonoras e uso de aparelhos específicos (transmissor/receptor), o que acarreta uma emissão exclusivamente sonora e uma recepção auditiva. Decorre daí uma das principais facetas do rádio, que é o de parecer falar com cada ouvinte em particular, ainda que se dirija concretamente a um universo relativamente indeterminado de pessoas. A difusão radiofônica é, portanto, coletiva, uma vez que o rádio é um meio de comunicação de massa, ou seja, sua produção se dirige a um número indistinto de sujeitos. Ainda assim, apesar dessa real dinâmica de transmissão "um para muitos", os efeitos das mensagens são individuais, pois afetam isoladamente cada indivíduo ouvinte.

> Certamente o rádio expande, exteriormente, em amplidão, satisfaz uma necessidade de massa e se dirige, visto exteriormente, à massa. Mas os seus efeitos são, em sua essência mais profunda, individuais, i.e., *o rádio leva para a vivência isolada*, não para a vivência coletiva, de forma semelhante ao livro ou ao jornal. Embora ele possa contribuir para uma *experiência* coletiva (entendida aqui

5 "[...] a linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto dos recursos técnicos/expressivos da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes" (Balsebre, 2005, p.329).

como diferente da vivência) [...] mesmo neste caso o efeito é uma vivência individual. (Sperber, 1980, p.121, grifos do autor)

É justamente daí que o rádio tira parte essencial de sua força, se comparado aos outros meios de comunicação tradicionais. Pelo fato de a comunicação radiofônica aproximar-se das formas mais simples e concretas de interlocução, é que o estudo de sua configuração torna-se interessante numa discussão sobre interatividade baseada nos princípios do dialogismo e da interação verbal. Para tanto, é importante tentar entender minimamente como a interatividade é, em geral, caracterizada e como o princípio dialógico da comunicação discursiva contribui para estabelecer um parâmetro especial para o debate sobre os processos chamados interativos.

2. Bidirecionalidade, interação e interatividade

Noção de relevos imprecisos, a interatividade adquire um largo emprego ao longo de diversos campos do conhecimento, da comunicação humana ao universo dos dispositivos eletrônicos e do ambiente computacional. Muitas vezes também revela uma proximidade intrigante com o conceito de interação, a ponto de alguns autores não diferenciarem um termo de outro. A maleabilidade de seus contornos se estende até mesmo aos dicionários, sendo que, em alguns deles, "interatividade" sequer é objeto de um verbete.

Tendo em vista, no entanto, que a noção figura como ponto central da presente discussão, é necessário buscar estabelecer contornos mínimos para ela. No entanto, como já dito anteriormente, não é objetivo deste texto trazer um panorama amplo e profundo, mas apenas fixar alguns parâmetros que auxiliem o esforço de entendimento do objeto da proposta.

Apesar dos deslizamentos, é possível sistematizar algumas acepções para o termo "interatividade", a começar pelos dicionários. Neles, podem ser encontradas definições que se estendem de (1) "capacidade de um sistema de comunicação ou equipamento de possibilitar interação; ato ou faculdade de diálogo intercambiável entre o usuário de um sistema e a máquina, mediante um terminal equipado de tela de visualização" até (2) "relativo à interação; em que ocorre interação; que permite ao indivíduo interagir com a fonte ou o emissor (no caso da comunicação; vídeo); que funciona pela interação com o usuário através da troca de informações e de dados; conversacional (no caso da informática)" (Houaiss, s./d.). Nos dicionários, encontra-se ainda (3) "tipo de relação com uma máquina que implica uma reciprocidade das trocas" (Dicionário Priberam, 2006). Nessas acepções, percebe-se a recorrência a alguns princípios (interação; diálogo; "conversação") e a alguns domínios (relação homem↔máquina no universo da computação; comunicação; dispositivo tecnológico que possibilita e efetiva o diálogo). Verifica-se também a ideia de "ação entre dois", o que implica a noção de dualidade.

Uma outra aproximação pode ser estabelecida a partir dos dicionários que não trazem o verbete *interatividade*, mas sim *interação*, compreendida como (1) "ação que se exerce mutuamente entre duas ou mais coisas ou pessoas; ação recíproca" (Ferreira, s/d), por exemplo, ou (2) "ação exercida reciprocamente entre dois objetos ou pessoas"(Dicionário Ilustrado, 2003) ou, ainda, (3) "influência recíproca; fenômeno que permite a um certo número de indivíduos constituir-se em grupo e que consiste no fato de que o comportamento de cada indivíduo se torna estímulo para outro" (Houaiss, 1984) .

Avizinhando as noções de interatividade e interação, como fazem os dicionários, têm-se principalmente as ideias de "ação entre dois", "reciprocidade", "influência", o que, junto, permi-

te que interatividade possa ser entendida também como "ação mútua entre dois, no mínimo", sejam estes pessoas ou coisas. Essa compreensão pode ser percebida também em dicionários estrangeiros, principalmente os de língua inglesa,[6] nos quais se reafirma ainda a associação, em maior ou menor grau, aos dispositivos eletrônicos, ao ambiente digital e ao funcionamento das máquinas inteligentes, tanto nas relações de umas com as outras quanto delas com os usuários. Acrescentem-se, ainda, referências a "ação de retorno em tempo real".

Enfim, numa tentativa de sistematização das diferentes concepções impressas nos dicionários para a palavra "interatividade", optando-se deliberadamente por aproximá-la mais da relação homem↔homem e sem desconsiderar as referências a cada campo de conhecimento ou atuação, pode-se dizer, por enquanto, que interatividade geralmente carrega consigo as noções de *ação recíproca, simultânea e em tempo real* entre *um ou mais sujeitos*, que exercem *influência mútua*, numa dinâmica que implica a *alternância de posições* e o uso de *dispositivos tecnológicos* que viabilizam a interlocução.

Ainda num esforço de ordenamento, recorre-se a alguns autores que lançam seu olhar sobre essa sistemática tão cara à contemporaneidade. Também neles percebe-se um deslizar constante entre um e outro domínio (das relações entre os sujeitos, destes com as máquinas ou destas entre si), bem como entre interação e interatividade, sem a fixação de fronteiras muito nítidas para os dois princípios.

Para Nicoleta Vittadini[7] (apud Mielniczuk, 2000, p.2), por exemplo, há uma diferença essencial entre interação e interativi-

---

6 Os dicionários estrangeiros consultados (*Dictionary.com Unabridged, Word-Net, American Heritage, Webster's New Millenium, Free On-line Dictionary of Computing*) encontram-se reunidos em Dictionary.com. Disponível em: <http://dictionary.reference.com>.

7 Cf. Vittadini (1995).

dade: enquanto a interação estaria em qualquer ação que envolve dois ou mais sujeitos, a interatividade demandaria a mediação exercida por certas configurações tecnológicas, numa tentativa de reprodução da relação interpessoal quando esta é impedida pelas limitações de tempo e espaço.

Outro parâmetro para o entendimento é o percurso traçado por Alex Primo (1998) para uma espécie de "trajetória" do termo interatividade, começando pelas primeiras discussões sobre a relação entre os participantes da comunicação até chegar a algumas definições correntes na atualidade. Segundo o autor, os primeiros estudos compreendem os processos comunicacionais como uma dinâmica linear, consecutiva e de mão única, com primazia da instância emissora[8] (como se verifica, por exemplo, nas primeiras abordagens de Shannon e Weaver[9]) até se chegar a uma compreensão menos retilínea e reduzida da comunicação, segundo a qual todos os participantes do processo, como emissor, receptor, canal e a própria mensagem, passam a ser elementos atuantes e em permanente interação.

A interatividade, portanto, não pode ser pensada de maneira limitada, como uma simples relação de *ação–reação* (como geralmente se tem visto em associações apressadas na atualidade) (Primo, 1998). Também é estabelecer contornos bastante limitados para ela considerar que determinadas formas de "participação" do receptor sejam efetivamente ações interativas, como ocorre, por exemplo, em alguns programas televisivos e radiofônicos, em que um leque de respostas preestabelecido é

8 Em toda a discussão sobre interatividade, será mantido o uso de termos como emissor, receptor, emissão etc., conforme são empregados pelos autores discutidos. Ressalte-se, porém, que eles apresentam suas considerações tendo um ponto de vista sobre o processo comunicacional diferente daquele que se efetiva na presente discussão – que é o da comunicação dialógica –, daí o fato de, neste estudo, empregarmos outros termos, como sujeitos do discurso, falante, ouvinte, destinatário etc.

9 Cf. Shannon e Weaver (1962).

disponibilizado para o público, condicionando suas possibilidades de atuação. Nestes casos, os parâmetros são dados pelo programa/emissora, cabendo ao ouvinte simplesmente atender ou não ao chamado, mas respeitando os parâmetros já delimitados. Ou seja, como bem ressaltam Moraes e Barreto (2005), "quando a escolha for feita pelo receptor, uma escolha, de fato, já foi feita anteriormente". Nestes casos, ter-se-ia o que Arlindo Machado[10] (1990, apud Primo, 1998), a partir do ambiente informático, classifica como *sistemas reativos*, ou seja, aqueles que trabalhariam com uma gama predeterminada de escolhas, ao contrário dos *sistemas interativos*, em que o usuário/destinatário teria total autonomia.

> Tomando esse entendimento, uma relação reativa não seria interativa. De fato, a primeira se caracteriza por uma forte roteirização e programação fechada que prende a relação em estreitos corredores, onde as portas sempre levam a caminhos já determinados *a priori*. A relação reativa seria, pois, por demasiado determinística, de pouca liberdade criativa. (Primo, 1998)

E é justamente tendo em vista o componente *criativo* da relação entre os sujeitos participantes do ato comunicativo na produção da mensagem que Alex Primo, citando Raymond Williams (apud Primo, 1998),[11] afirma que a verdadeira interatividade deveria pressupor a resposta autônoma, criativa e não prevista da audiência, o que colocaria "emissor" e "receptor" não como polos separados e em total desequilíbrio de forças, mas como "agentes intercomunicadores", entre os quais se estabeleceria um diálogo real e irrestrito e não apenas "uma pequena gama de possibilidades reativas planejadas *a priori*" (Primo, 1998).

10 Cf. Machado (1990).
11 Cf. Williams (1962).

Por sua vez, Fragoso (2001) afirma que a interatividade está identificada normalmente com "a viabilização de níveis mais diretos de ação sobre o desenvolvimento das mensagens por parte dos receptores das mídias tradicionais e com realizações estritamente digitais, como o desenho de interfaces e a hipermídia", reconhecendo a presença do fenômeno tanto nos meios digitais quanto nos eletrônicos, como o rádio e a televisão tradicionais.

Por fim, Marco Silva afirma que a interatividade representa uma "mudança paradigmática" na forma como a comunicação vinha sendo pensada e em que se reforçava a primazia da instância emissora da mensagem. Ele reconhece o "caráter múltiplo, complexo, sensorial e participativo do receptor, o que implica conceber a informação como manipulável, como 'intervenção permanente sobre os dados'" (Silva, 2000, p. 115). O autor afirma que, na situação de interatividade, a mensagem se apresenta como "conteúdos manipuláveis", e não mais como emissão. Nesse sentido, ele reforça as afirmações de Marie Marchand.[12]

> O emissor não emite mais no sentido que se entende habitualmente. Ele não propõe mais uma mensagem fechada, ao contrário, oferece um leque de possibilidades, que ele coloca no mesmo nível, conferindo a elas um mesmo valor e um mesmo estatuto. O receptor não está mais em posição de recepção clássica. A mensagem só toma todo o seu significado sob a sua intervenção. Ele se torna de certa maneira criador. Enfim, a mensagem que agora pode ser recomposta, reorganizada, modificada em permanência sob o impacto cruzado das intervenções do receptor e dos ditames do sistema, perde seu estatuto de mensagem "emitida". Assim, parece claramente que o esquema clássico da informação que se baseava numa ligação unilateral emissor-mensagem-receptor se acha mal colocado

12 Cf. Marchand (1987).

> em situação de interatividade. Em outros termos, quando, dissimulado atrás do sistema, o emissor dá a vez ao receptor a fim de que este intervenha no conteúdo da mensagem para deformá-lo, deslocá-lo, nós nos encontramos em uma situação de comunicação nova que os conceitos clássicos não permitem mais descrever de maneira pertinente. (Marchand, 1987, p.9, apud Silva, 2000, p.114)

Tal compreensão reforça, portanto, a ideia de criação conjunta, em que o receptor "passivo" torna-se "coautor, cocriador, verdadeiro conceptor" (Silva, 2000, p.12).

Enfim, pelas abordagens de alguns estudiosos trazidos para essa discussão, percebe-se que os sentidos para interatividade estendem-se da ideia de reversibilidade e atuação conjunta (processo classificado por alguns como "bidirecionalidade") até a conformação de uma tal dinâmica integrada entre os participantes do processo comunicacional que leva autores como Marco Silva a falarem em cocriação. Ainda que os pesquisadores trazidos para esta discussão assentem suas abordagens em parâmetros teóricos diferentes daqueles em que se baseia o estudo aqui apresentado, é possível perceber que boa parte de sua compreensão sobre o fenômeno tangencia a que norteia este artigo: estão aí o entendimento da comunicação como uma lógica integrada e de interação (e não apenas de distribuição) e a recusa à dicotomia atitude ativa/atitude passiva. Estes são pontos de vista essenciais para se entender a interatividade na perspectiva em que se coloca a discussão aqui proposta, que é a de considerar a comunicação discursiva, nas suas mais diversas manifestações, inclusive na mídia radiofônica, como lugar de diálogo e interação entre sujeitos. A comunicação interativa no rádio não escapa a esse domínio, que tem como fundamento a perspectiva dialógica da linguagem, da qual a interação verbal entre os sujeitos do discurso é subsidiária, como tratado a seguir.

3. Dialogismo e interação verbal

Todas as esferas da atividade humana estão relacionadas com o uso dos diferentes sistemas de linguagem e a multiformidade social se reflete no emprego dessas variadas maneiras de o homem apreender, vivenciar e significar o mundo em que se situa e age. Os sistemas sígnicos só têm existência concreta quando os sujeitos, conhecedores das suas formas de articulação, os utilizam na vida real, combinando-os na tarefa de comunicar os sentidos para os fatos da realidade histórico-social. Essa comunicação, por sua vez, só se efetiva por meio do fenômeno social da interação discursiva entre os sujeitos, a partir do material simbólico ininterruptamente produzido. Tal compreensão sobre o funcionamento concreto da linguagem na comunicação discursiva é o que norteia a obra do teórico russo Mikhail Bakhtin,[13] a qual tem o dialogismo como princípio fundador, além da constatação do caráter eminentemente dialógico da comunicação discursiva, de toda e qualquer manifestação de linguagem, da organização dos discursos e da sua significação.

O dialogismo bakhtiniano tem dois princípios básicos:

a) a alteridade, isto é, a relação ativa necessária entre o "um" e o "outro", sejam estes os sujeitos do discurso (por ele denominados, em algumas obras, "sujeito falante" e "sujeito ouvinte" ou "destinatário"), seja um discurso em relação aos demais que o cercam e a partir dos quais se posiciona; b) a interação verbal[14]

---

13 Embora aqui tomemos a obra de Bakhtin como parâmetro da abordagem, ressaltamos que boa parte das noções aqui apresentadas resultam de discussões travadas pelo teórico russo e colegas de seu Círculo, entre eles Valentin N. Voloshinov e Pavel N. Medvedev, sendo que a autoria de algumas obras atualmente é creditada a mais de um autor, como *Marxismo e filosofia da linguagem*, de Bakhtin (Voloshinov) (1995).

14 Bakhtin utiliza a expressão "interação verbal" certamente porque suas preocupações estavam voltadas em especial para o funcionamento da linguagem verbal nas suas diversas manifestações, principalmente o romance e outras

como espaço em que as relações de alteridade se realizam e a partir do qual os sentidos dos enunciados são construídos. A interação se dá entre os sujeitos do discurso e entre os enunciados, entre as diferentes manifestações simbólicas.

O princípio dialógico da comunicação discursiva insere os sujeitos num movimento de mútuo pertencimento: o "um" só existe a partir da sua relação com o "outro", com aquilo que lhe é exterior; ambos se determinam reciprocamente. Na perspectiva dialógica, nenhum princípio é isolado, nenhuma concepção é única ou estática, nem é resultado de "geração espontânea". As diferentes visões e formas de atuação complementam-se, divergem entre si, amalgamam-se e se recriam num incessante movimento de recíproca influência e constituição.

Nessa perspectiva, a palavra-chave passa a ser "diálogo" e o termo adquire diversos matizes que, embora a englobem, estendem-se para além da ideia comum de diálogo, qual seja, de interlocução entre duas pessoas numa situação dada. Por diálogo deve-se entender também a articulação entre um discurso e os demais que o atravessam e constituem. E mais: o processo ininterrupto de reciprocidade entre discursos que configuram uma cultura, uma sociedade e que marca a natureza interdiscursiva das construções de linguagem.

> O diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da

---

produções literárias. Consideramos, porém, que tal princípio seja extensivo a toda manifestação de linguagem, utilize ela códigos como o visual, o gestual, o musical, o sonoro etc. A mesma observação pode ser estendida à expressão "realidade extraverbal" e outras da mesma estirpe, pois, embora originalmente o autor as tenha empregado para se referir ao seu objeto privilegiado de estudo (a língua e seus diversos usos concretos), seus postulados dizem respeito à comunicação discursiva dialógica, não importando de que materialidade ela esteja constituída. Tendo essa ressalva em vista, optamos por manter a terminologia empregada pelo teórico russo.

> interação verbal. Mas pode-se compreender a palavra "diálogo" num sentido amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja. (Bakhtin, 1995, p.123)

Como uma forma de sistematizar essa múltipla significação que o conceito de "diálogo" adquire na obra de Bakhtin e seu Círculo, Souza (2002, p.81) aponta três dimensões para se pensar as relações dialógicas:

- o microdiálogo: o diálogo interior;
- o diálogo no sentido estrito: o diálogo exterior realizado numa determinada situação;
- o diálogo no sentido largo, ou seja, o grande diálogo: o diálogo infinito em que não há nem a primeira nem a última palavra.

A vida do enunciado concreto se encontra realizada nessas três dimensões de diálogo.[15] Isso vale para as produções verbais, mas não somente elas: todas as formas de produção simbólica, como a pintura, a música, a arquitetura ou a comunicação midiática (campo que nos interessa particularmente) são perpassadas

15 Quanto à abordagem possível que o pesquisador pode fazer a partir dessas três dimensões, Souza aponta: "a) a primeira [microdiálogo] não é acessível ao pesquisador, embora ele saiba de sua existência concreta por experiência própria. Sendo assim, ela só pode ser observada em sua representação literária no diálogo do herói com ele mesmo. b) a segunda compreende o diálogo de duas ou mais pessoas onde a resposta é, em geral, imediata, existe alternância de sujeitos. Nesse caso, o pesquisador é o terceiro, cujo olhar exterior consegue perceber a relação eu/outro efetivada no diálogo. c) a terceira corresponde a dimensão de resposta não imediata, onde as relações dialógicas entre os enunciados concretos, vivos, constrói o fenômeno, estudado exaustivamente pelo Círculo, do discurso de outrem – do enunciado de outrem – que adentra a estrutura do enunciado, isto é, o interior do meu discurso" (Souza, 2002, p.82-3).

pelo fenômeno dialógico e se constituem a partir de enunciados concretos elaborados a cada instante, infinitamente. E esse produzir perpétuo de enunciados e sentidos se efetiva por meio da interação verbal entre os sujeitos do discurso.

> A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas, nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua. (Bakhtin, 1995, p.123; grifos do autor)

A interação verbal é expressão e comunicação, mas é, principalmente, resposta entre enunciados e entre os sujeitos que os tecem. É na interação verbal que se dá o incessante fluxo de afirmações, contraposições, comentários, refutações, antecipações dentro da esfera social. A enunciação constitui-se, então, como produto da interação entre indivíduos sociais e adquire uma natureza totalmente sócio-histórica que atua na conformação do enunciado. Este, por sua vez, é a materialização da linguagem e a realidade de qualquer forma de comunicação.

A intersubjetividade, portanto, é essencial na constituição dos discursos e seu sentido. Daí o papel de destaque ocupado pelas discussões sobre a alteridade nos estudos sob o prisma dialógico e, nesse sentido, as interlocuções interativas, em especial o diálogo interpessoal (considerado por Bakhtin a forma mais explícita, mais visível, da alternância dos sujeitos), aparecem como situações especialmente profícuas para se investigar como falante e ouvinte se relacionam e que discursos seus enunciados convocam e constroem.

Sob o primado da interação verbal e do dialogismo, a noção de sujeito também sofre deslocamentos importantes: não se

trata de um lugar estanque e isolado, mas de posições que vão se constituindo no próprio discurso. O "um" só se configura a partir da visão do "outro" e só este pode, do exterior, enxergar a completude daquele. O "um" só tem acesso a si mesmo, à sua totalidade, a partir da visão que o "outro" dele constrói. Dessa forma, na constituição do "eu" está necessariamente o seu exterior, o "outro". Se o próprio ser se configura a partir da interação com outro ser, o mesmo ocorre com os sentidos dos discursos. Essa concepção vai de encontro à noção de emissor/receptor como polos dissociados e estanques, pois tanto as ideias quanto as palavras do "outro" estão na fala do "um", sejam explicitamente marcadas ou citadas, sejam assimiladas ou reelaboradas ou, ainda, disfarçadas sob um discurso aparentemente fechado em si mesmo.

E o interlocutor não é uma figura abstrata: mesmo que não seja um indivíduo concreto, representa um grupo, dirige-se a um "auditório social" e é sobre essa ideia que se constrói o discurso. Tal horizonte da interlocução é determinado a partir do prisma do meio social concreto que envolve os falantes. Isso pode ser percebido, por exemplo, no discurso radiofônico, sempre dirigido a um destinatário cuja identificação pontual isolada é praticamente impossível, haja vista que, como meio de comunicação de massa, o rádio atinge um público indeterminado, pelo menos individual e numericamente. Ainda assim, os enunciados transmitidos constroem-se tendo como parâmetro um auditório presumido, constituído justamente a partir desses mesmos enunciados. Ou seja, ao mesmo tempo que se destina a um interlocutor, o enunciado o conforma.

Logo, o enunciado se torna produto da interação do falante e do destinatário porque tem duas faces: sua determinação vem tanto de quem fala quanto de quem a ele se dirige; ele tem, portanto, dupla orientação. O enunciado é o território comum do

falante[16] e do interlocutor (Bakhtin, 1993, p.107), que mantém uma atitude responsiva ativa, ainda que em mera postura de compreensão silenciosa; a compreensão responsiva é a ponte entre aquele que fala e o seu destinatário. A partir dela, um se define em relação ao outro e à comunidade social mais ampla.

> Cada um dos elementos significativos isoláveis de uma enunciação e a enunciação toda são transferidos nas nossas mentes para um outro contexto, ativo e responsivo. A compreensão é uma forma de *diálogo*; ela está para a enunciação assim como uma réplica está para outra no diálogo. Compreender é opor à palavra do locutor uma *contrapalavra*. [...] É por isso que não tem sentido dizer que a significação pertence a uma palavra enquanto tal. Na verdade, a significação pertence a uma palavra enquanto traço de união entre os interlocutores, isto é, ela só se realiza no processo de compreensão ativa e responsiva. A significação não está na palavra nem na alma do falante, assim como também não está na alma do interlocutor. Ela é o *efeito da interação do locutor e do receptor produzido através do material de um determinado complexo sonoro*. É como uma faísca elétrica que só se produz quando há contato dos dois polos opostos. [...] Só a corrente da comunicação verbal fornece à palavra a luz de sua significação. (Bakhtin, 1995, p.132, grifos do autor)

16 Bakhtin também usa o termo locutor para designar a figura do falante. Na terminologia empregada por ele (em especial em *Marxismo e filosofia da linguagem* [1995]), locutor e interlocutor são os sujeitos envolvidos na interação verbal, sendo locutor aquele que profere o enunciado e interlocutor, aquele a quem o enunciado se dirige, seja real ou presumido. Locutor, nesse caso, não se confunde com o profissional de rádio que apresenta informações ou comanda programas, designado com o mesmo termo ou pela palavra "apresentador". Para evitar essa possível confusão, optou-se aqui por utilizar a expressão "falante", já presente em *Estética da criação verbal* (2003) quando a referência for ao sujeito do discurso. Quanto a ouvinte, o risco de confusão também surge, pois o termo relaciona-se tanto com aquele a quem se dirigem os enunciados de uma forma geral como aquele a quem a mensagem radiofônica se destina especificamente. Para evitar possíveis equívocos, procurar-se-á respeitar o uso da expressão "destinatário" para o interlocutor.

Dessa maneira, o enunciado apresenta uma característica essencial: a relação necessariamente ativa entre todos os que participam da comunicação discursiva. Sob esta perspectiva, o falante não ocupa uma posição superior isolada e o chamado "ouvinte" deixa de ser uma função passiva, de mero receptáculo da fala que, necessariamente, tem de se dirigir a alguém. Ao contrário do que postulam algumas correntes teóricas no campo da Comunicação, a prevalência do chamado "emissor" sobre o "receptor" é uma realidade que não se configura do ponto de vista da interação dialógica. A recíproca também não é verdadeira, ou seja, não há uma "ditadura do receptor", como se, ao contrário da primeira visão, os sentidos da mensagem fossem fixados pelo destinatário. Tanto uma quanto outra posição são intrinsecamente ativas, ainda que não haja troca "individual" de fala. Falante e ouvinte são posições enunciativas que se alteram concomitantemente; na fala daquele já estão presentes as presumidas respostas deste. Além disso, a compreensão ativa se manifesta automaticamente a cada enunciado, ainda que uma resposta não venha a ser expressa concretamente.

> Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo, é de natureza ativamente responsiva (embora os graus desse ativismo sejam bastante variados); toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante. A compreensão passiva do significado do discurso ouvido é apenas um momento abstrato da compreensão ativamente responsiva real e plena, que se atualiza na subsequente resposta em voz real alta. (Bakhtin, 2003, p.271)

A noção de que o destinatário só passa a ocupar uma posição ativa caso se dirija concretamente ao falante é um equívoco. Já no processo de mera "audição", ele está buscando apreender o significado das palavras no enunciado e também os sentidos que elas adquirem umas em relação às outras. Faz isso concomitan-

temente com a assunção de uma posição responsiva ativa, pois embora possa ouvir a fala em silêncio, está concordando com ela ou a está refutando; está articulando a expressão ainda com outras informações que já tenha sobre o mesmo objeto, está preparando uma "resposta".

Sob essa perspectiva, portanto, pode-se dizer que todos os sujeitos participantes de qualquer forma de comunicação discursiva são "falantes", podendo ser chamados de destinatários somente como recurso à diferenciação entre aquele que emite um enunciado num momento específico e aquele que, naquele instante, é o sujeito a quem o enunciado se dirige. Estas posições podem ser imediatamente intercambiáveis, dependendo da natureza e da situação da comunicação. É isto o que se verifica, por exemplo, na troca de e-mails e telefonemas ou mais claramente ainda nas situações interativas de viva-voz no rádio, em que uma conversa se efetiva entre apresentador e ouvinte.

Esse comportamento ativo e responsivo é inerente a toda forma de comunicação, até mesmo a efetivada pelos chamados meios de comunicação de massa, como já afirmado acima acerca da audiência presumida. Afinal, embora pareça que o destinatário não participa da interlocução – pois a primazia mecânica da emissão é, na maioria esmagadora dos casos, em especial das mídias tradicionais (jornal, televisão e rádio), de um dos polos apenas –, a sua atitude responsiva já se manifesta, no mínimo, na atenção dedicada à recepção e compreensão da mensagem. Ela pode se efetivar ainda de forma concreta na tomada de atitude a partir de algo que se vê, lê, ouve e, no limite, na iniciativa de entrar em contato com o "falante", por meio de carta, ligação telefônica ou participação direta na programação. Tem-se aí, então, a interatividade em sua forma mais explícita.

Todo discurso, portanto, é orientado para a resposta e ele não pode esquivar-se à influência profunda do discurso da resposta antecipada.

> O discurso vivo e corrente está imediata e diretamente determinado pelo discurso-resposta futuro: ele é que provoca esta resposta, pressente-a e baseia-se nela. Ao se constituir na atmosfera do "já-dito", o discurso é orientado ao mesmo tempo para o discurso-resposta que ainda não foi dito, discurso, porém, que foi solicitado a surgir e que já era esperado. (Bakhtin, 1993, p.89)

Tão importante quanto destacar o papel ativamente responsivo do destinatário é reforçar a noção que o falante tem dessa atitude. À não passividade do ouvinte corresponde a não supremacia e onipotência do falante, pois no discurso deste já estão presentes as antecipações sobre a resposta daquele. Além disso, ele não apenas estabelece essa relação dialógica com seu interlocutor imediato como também se apresenta, de certa forma, como um "respondente" aos discursos alheios, tendo em vista que, na sua fala, outros discursos, passados e futuros, também se fazem presentes.

Em vista do exposto, os esquemas lineares que tentam retratar a comunicação, em especial a midiática, são abstrações que não refletem da forma mais pertinente a dinâmica da interação na linguagem. Estabelecer relações de mão única entre falante e destinatário pode servir apenas a alguns tipos de estudo, como a investigação sobre a relação interface ↔ usuário no campo da informática, mas pode levar a explicações absolutamente incompletas e imprecisas sobre o real funcionamento da linguagem e dos discursos.

Considerações finais

O levantamento das diferentes definições de interatividade trazidas para este estudo e o posterior estabelecimento do diálogo entre elas e a perspectiva dialógica da comunicação dis-

cursiva permitiu a construção de um parâmetro específico para a compreensão do fenômeno da interatividade. Tendo em vista a discussão travada até aqui, pode-se afirmar que, a uma interatividade aparente, manifesta e "visível", há outra, que a ela subjaz. Verifica-se que a uma interatividade de superfície – isto é, a viabilizada pelo acesso aos mecanismos que permitem ao destinatário entrar em contato direto com o "emissor" ou "fonte" e atuar na construção da mensagem veiculada – corresponde outra, a interatividade discursiva, que lhe é subjacente e constitutiva. O fato de o "outro" sempre se colocar em posição ativa em relação ao seu interlocutor e já atuar no enunciado é uma mostra pontual e inquestionável dessa dinâmica, mesmo que não se disponha do aparato mediador ou a ele não se tenha acesso, nem haja um contato direto e efetivo entre os interlocutores.

A compreensão ativa é condição de existência do enunciado concreto e se estabelece na relação dialógica entre os sujeitos. A resposta, desde sempre, "já está lá". Ela prescinde, portanto, de *feedback*, bilateralidade e outras manifestações. O enunciado é sempre marcado por uma posição ativa e o diálogo é um processo de interação entre sujeitos sociais. A noção, portanto, de que o rádio se efetiva numa dinâmica de "um para muitos", numa via de mão única (daí a necessidade, reivindicada por vários, de o meio tornar-se "via de mão dupla", viabilizando, portanto, a "interatividade"), perde o sentido se compreendida à luz do processo dialógico inerente à comunicação discursiva. Ainda que o som transmitido saia do "um" que irradia e chegue aos "muitos", "anônimos", "incomensuráveis" que o recepcionam tecnicamente, esses "muitos" já estão lá na conformação do enunciado transmitido. O diálogo entre eles se efetiva discursivamente, sempre. A interatividade, portanto, é constitutiva do discurso radiofônico. Ela não é a "oportunidade" para que o ouvinte saia de seu papel "passivo"; discursivamente, isto não se configura, pois a interação entre os sujeitos é condição de

existência da comunicação. Uma das maneiras de esta relação adquirir visibilidade são as situações interativas, nas suas mais diversas manifestações na esfera midiática. O fundamento da interatividade, porém, está na relação interpessoal, e não apenas na relação homem-máquina ou homem-homem intermediada pela máquina, como o fenômeno da interatividade tem sido maciçamente enfocado na atualidade.

A noção de interatividade que norteou o estudo foi a de relação reciprocamente ativa entre os participantes da comunicação discursiva, em que não há divisão estanque e distanciada entre "polo emissor" e "polo receptor". Ao contrário, a comunicação só se efetiva a partir de trocas enunciativas simultâneas e da mútua influência, ou seja, da permanente atitude responsiva ativa entre os sujeitos envolvidos no processo de interação discursiva. Isso envolve tanto falante e destinatário imediatos quanto os presumidos. Ressalte-se que não se estuda a interatividade entre indivíduos, mas sim a interatividade vista a partir do entendimento de que a comunicação é forjada discursivamente entre sujeitos e a mídia é lugar de integração de códigos.

Essa concepção sobre o fenômeno interativo está assentada na compreensão sobre o princípio dialógico da comunicação discursiva, discutido por Mikhail Bakhtin e seu Círculo como fundamento de toda manifestação de linguagem, presente desde a conversação interpessoal face a face até o incessante movimento de discursos da cultura no tempo e no espaço. Tal princípio e as noções de enunciado concreto e interação verbal são os fundamentos teóricos deste estudo.

Assim, a interatividade, a despeito das variadas conceituações conforme a esfera em que se dá sua abordagem, é aqui compreendida como inerente à dinâmica enunciativa, seja presumida, seja materializada em diferentes formas de manifestação, mediadas ou não por aparatos tecnológicos. Dessa maneira, a perspectiva dialógica estabelece contornos que vão além e até

mesmo englobam as noções de bidirecionalidade, ação-reação, resposta prevista e outras, comumente encontradas nos estudos sobre interatividade. À luz dos princípios do dialogismo e da interação verbal, a interatividade é uma característica intrínseca de toda forma de comunicação.

Isso posto, defende-se que a interatividade na mídia radiofônica não se restringe à troca imediata entre os interlocutores (seja via e-mail, correspondência ou até mesmo a conversação de viva-voz), geralmente mediada pelo aparato tecnológico, mas subjaz a toda a dinâmica discursiva efetivada por eles, no diálogo em sentido amplo.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

______. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento:* o contexto de François Rabelais. 4.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

______. (Voloshinov). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. M. Lahud e Yara F. Vieira. 7.ed. São Paulo: Hucitec, 1995.

______. *Questões de literatura e de estética:* a teoria do romance. 3.ed. São Paulo: Unesp/Hucitec, 1993.

______. O discurso de Dostoiévski. In: BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981. p.157-78.

BALSEBRE, A. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, E. *Teorias do rádio: textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005.

DICIONÁRIO ILUSTRADO de Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003.

DICIONÁRIO PRIBERAM da Língua Portuguesa. 2006. Disponível em: <http://www.priberam.pt/dlpo/>. Acesso em: 25 out. 2012.

FERREIRA, A. B. de H. *Novo Dicionário Aurélio*. Disponível em: <http://aurelio.ig.com.br>.

FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 10, 2001,

Brasília. *Anais*... Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. (CD-ROM).

HOUAISS, A. (Ed.). *Dicionário Enciclopédico Koogan Larousse Seleções*. Rio de Janeiro, Editora Larousse do Brasil, 1984.

______. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br>.

MACHADO, A. *A arte do vídeo.* São Paulo: Brasiliense, 1990.

MAGALHÃES, L. P. (Coord.). Interatividade. *Projeto Sapiens:* relatório final de atividades. São Paulo: Unicamp/USP, 2001. Disponível em: <http://www.dca.fee.unicamp.br/projects/sapiens/Reports/rf2000/node33.html>. Acesso em: 14 maio 2012.

MARCHAND, M. *Les Paradis informationels*: du Minitel aux services de communication du futur. Paris: Masson, 1987.

MEDITSCH, E. *A nova era do rádio:* o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico. XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos/SP, 1997. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.html>. Acesso em: 2 maio 2012.

MIELNICZUK, L. *Interatividade como dispositivo do jornalismo* online. 2000. Disponível em: <http://grupojol.files.wordpress.com/2011/04/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf >. Acesso em: 4 jun. 2013.

MORAES, Raquel A. de; BARRETO, Gustavo. *A pseudo-interatividade na mídia global*. Disponível em: <http://www.consciencia.net/2005/mes/08/moraes-barreto-pseudointeratividade.html>. Acesso em: 23 abr. 2013.

ORTRIWANO, G. S. A interativa teoria do rádio. In: XXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, set. 1998, Rio de Janeiro. *Anais*... Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b648e50b673db9c9c62f9540f751b6a7.PDF>. Acesso em: 7 abr. 2012.

PRIMO, A. F. T. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. In: XXI *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 1998, Recife, Pernambuco. *Anais*... Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/431/000309299.pdf?sequence=1>. Acesso em: 17 jun. 2013.

______.; CASSOL, M. B. F. Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias. *Informática na educação*: teoria & prática. CINTED/UFRGS, v.2, n.2, 1999. Disponível em: <http://seer.

ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756 >. Acesso em: 17 ago. 2006.

SHANNON, C.; WEAVER, W. *The mathematical theory of communication*. Urbana, IL: University of Illinois, 1962.

SILVA, M. *Sala de aula interativa*. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

SOUZA, G. T. *Introdução à teoria do enunciado concreto do círculo Bakhtin-Volochinov-Medvedev*. São Paulo: Humanitas, 2002.

SPERBER, G. B. (Org.). *Introdução à peça radiofônica*. São Paulo: E.P.U, 1980.

VITTADINI, Nicoletta. Comunicar con los Nuevos Media. In: BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós Iberica, 1995.

VOLOSHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. M. s.d. *O discurso na vida e o discurso na arte*. Trad. C. A. Faraco e C. Tezza. (tradução para uso didático).

XAVIER, Antônio Carlos. Interação pelo rádio: monólogo ou conversação? XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1999, Rio de Janeiro/RJ. *Anais...* Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/5cb931159263006f73b183ba8edbe788.PDF>. Acesso em: 22 out. 2012.

WILLIAMS, R. *Cultura e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1962.

Sócio-TV: em busca de uma definição[1]

Marcos Américo[2]

> "A TV será definida como uma experiência, e não como um aparelho eletrônico."
>
> V. Michael Bove[3]

Introdução

A tecnologia da informação e a convergência entre as mídias de relacionamentos e colaboração, como as redes sociais, defi-

1 Este texto é fruto das reflexões apresentadas durante o "Eixo temático 5 – Cultura digital, convergência e crise" do VIII Congresso Internacional ULEPICC – "Comunicação, Políticas e Indústria: Digitalização e Crise, seus impactos na política e na regulação", realizado entre 10 e 12 de julho de 2013, na Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina, e sobre outras ideias decorrentes do artigo "Televisão social na perspectiva da experiência do usuário", aqui discutidas a partir dos conceitos de Televisão Conectada (*Smart TV*), Televisão Onipresente (*TV Everywhere*) e Sócio-TV (*Social TV*) e com a proposição de um verbete para conceituar o termo Sócio-TV.

2 Doutor em Educação para a Ciência. Docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: tuca@faac.unesp.br.

3 Diretor do grupo de Mídias Baseadas em Objetos do Laboratório de Mídia do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts). Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/1243381-sem-tela-televisao-sera-focada-nas-experiencias.shtml>. Acesso em: 20 mar. 2013.

nitivamente transformaram a maneira tradicional de se assistir à televisão. Citando Michael Bove, a TV "será menos sobre um dispositivo específico em um cômodo de sua casa e mais sobre a criação de experiências que envolvem os programas que temos agora, só que com funções adicionais" (apud Romani, 2013).

O relacionamento entre usuários, em especial na forma de interagir com o conteúdo, tem se transformado. Os modos de socialização, do ponto de vista da experiência televisiva, se dão de forma diferenciada e dependem do ambiente cultural ao qual o indivíduo pertence. Por conta da realidade tecnológica, os usuários possuem a capacidade e o hábito de acessar outras mídias ao mesmo tempo que consomem televisão.

Aos poucos, essa experiência, antes essencialmente embasada na forma passiva de se assistir à televisão de fluxo, sem ter um canal de retorno ou formas fáceis de interação, está tomando outros contornos. Usuários, antes limitados pela questão tempo/espaço e pela indisponibilidade de ferramentas tecnológicas, passam a contar com um arsenal de comunicação e formas de relacionamentos. Novos dispositivos e aplicativos capazes de permitir a interação entre usuários, conteúdos e informações geram novas características de socialização. E, nesse contexto, a interação e a forma de relacionamento fazem que essas experiências sejam relevantes, principalmente em países como o Brasil. Como afirma Bove (apud Romani, 2013),[4] "é fácil imaginar o aparelho de TV ficando mais parecido com o '*holodeck*'[5] de 'Jornada nas Estrelas', no qual os telespectadores estarão imersos em um programa. Esse é o tipo de experiência que coloca as pessoas no espaço 3D da imagem".

Para entender como essa experiência se dá em relação a algumas tecnologias atuais, se faz necessário um estudo exploratório para compreender as formas e os modos de socialização em torno

4 Ibidem.

5 Na mitologia da série "Jornada nas Estrelas", o *holodeck* é uma sala onde pessoas e objetos são simulados a partir de hologramas.

das redes sociais e da televisão e como os hábitos da audiência se alteram nessa nova experiência. A palavra "televisão", neste texto, é utilizada com o sentido de linguagem, e não do aparelho ou da tela em si. Como o tema é extenso e complexo, para uma abordagem inicial foram eleitos os seguintes aspectos da Televisão Social para início de estudo: a Televisão Conectada (*Smart-TV*), a Televisão Onipresente (*TV Everywhere*) e a Sócio-TV (*Social TV*).

Com o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação uma nova realidade se verifica em relação à televisão: a convergência desta com a internet e entre diversos dispositivos provocam mudanças nos hábitos dos usuários. Os antigos espectadores, que já não se reúnem defronte a um único dispositivo para assistir ao programa televisivo favorito, assim como não comentam a programação apenas com o familiar ou amigo ao lado, hoje veem TV ao mesmo tempo que, em outras telas, dialogam virtualmente com outras audiências por meio da utilização de redes sociais, tais como Facebook e Twitter. Nestes espaços, comentam trechos de vídeos postados no Youtube, e blogs agendam discussões, criam polêmicas, antes mesmo de o programa em questão terminar. A discussão sobre ao que se assiste continua mesmo com a televisão desligada, seja em redes sociais, espaços laborais, de convivência ou socialização. A televisão, cada vez mais, deixa de ser apenas um dispositivo estático na sala de estar para se tornar uma tela conectada e interativa, o que explica seu crescimento em nível mundial como expressa o Gráfico 1:

Gráfico 1. Casas com TV no mundo
Fonte: ITU/ CIA World Facts.

A ideia de televisão de fluxo começa a dar lugar a um novo suporte que, conectado a internet, permite navegar por um ambiente em plena convergência. As produtoras de conteúdos passam a oferecer novos produtos e serviços que podem ser acessados por múltiplas telas e dispositivos. Esse cenário torna a televisão onipresente, pois pode ser acessada em toda parte, onde, como e quando o usuário quiser, enfatizando a ideia de "comunicação ubíqua" (Magnoni, Afinni e Américo, 2007).

Os termos em língua inglesa *Social Television* e *Social TV* não são recentes, mas, como aponta Harboe (2009, p.1) no final da primeira década do século XXI, assumiram significados técnicos específicos: referem-se a uma gama de sistemas experimentais que suportam a interação social (via redes sociais telemáticas) entre os telespectadores, assim como às pesquisas acadêmicas nesse âmbito. Existem outros termos que procuram definir o tema, entretanto, opta-se neste texto pela elaboração de um verbete[6] que possa expressar os estudos da televisão social e da experiência do usuário, como será proposto adiante.

Ao abordar a temática, depara-se com três tópicos principais que manifestam essas mudanças. O primeiro – (1) TV Conectada (*Smart TV*) – relaciona-se à tela que, conectada à internet, oferece ao usuário experiências até então disponíveis apenas em dispositivos como microcomputadores, notebooks e tablets, por exemplo. O segundo – (2) Televisão Onipresente (*TV Everywhere*) – consiste na possibilidade de acesso à conteúdo televisual em toda parte, independentemente de local, tempo e espaço. As telas estão em todos os lugares e o conteúdo midiá-

6 De acordo com o dicionário Houaiss (versão eletrônica): "em lexicografia, o conjunto das acepções, exemplos e outras informações pertinentes contido numa entrada de dicionário, enciclopédia, glossário etc." Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=verbete>. Acesso em: 15 abr. 2013.

tico é produzido para ser acessado em múltiplos dispositivos e plataformas. O terceiro tópico – (3) Sócio-TV (*Social TV*) – é o objeto deste texto; busca-se na literatura sua origem e como se deu o processo que alterou a antiga televisão de fluxo. Para definir um conceito que expresse essas mudanças ocorridas, opta-se pela elaboração desse verbete.

A relevância em definir um conceito para Sócio-TV é oportuna diante da implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) e do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL). A implantação da TV digital foi iniciada pela Anatel[7] em 1999, com o estabelecimento de termo de cooperação técnica com o CPqD,[8] responsável pela avaliação técnica e econômica para tomada de decisão quanto ao padrão de transmissão digital a ser aplicado no Brasil ao Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens. Em 27 de novembro de 2003 foi fundado o Comitê do SBTVD,[9] responsável pelos estudos que definiram o padrão a ser adotado no país e conduzidos juntamente com universidades e emissoras de televisão, o qual foi apresentado no dia 13 de novembro de 2005 pelo Ministério das Comunicações. Ao concluir-se que o melhor

---

7 Criada pela Lei n.9.472, de 16 de julho de 1997 – mais conhecida como Lei Geral de Telecomunicações (LGT) –, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) foi a primeira agência reguladora a ser instalada no Brasil, em 5 de novembro daquele mesmo ano.

8 O CPqD é uma instituição independente, focada na inovação com base nas tecnologias da informação e comunicação (TICs), tendo como objetivo contribuir para a competitividade do país e para a inclusão digital da sociedade. Desenvolve amplo programa de pesquisa e desenvolvimento, o maior da América Latina em sua área de atuação, gerando soluções em TICs que são utilizadas em diversos setores: telecomunicações, financeiro, energia elétrica, industrial, corporativo e administração pública.

9 Sigla para Sistema Brasileiro de Televisão Digital (conhecido também como ISDB-Tb). Trata-se de um padrão técnico para teledifusão digital, criado e utilizado no Brasil com base no padrão japonês, tendo sido adotado recentemente em outros países, tais como Peru, Argentina, Chile, Venezuela, Equador, Costa Rica, Paraguai, Filipinas, Bolívia, Nicarágua e Uruguai.

sistema de TV digital para o Brasil seria o ISDB-T,[10] desenvolvido pelo Japão, o governo brasileiro anunciou, em junho de 2006, a escolha deste como base para o desenvolvimento do SBTVD, que tem como vantagens, além da qualidade de imagem e som, a interatividade, a mobilidade (transmissão digital para televisores portáteis, como, por exemplo, aqueles utilizados em veículos) e a portabilidade (transmissão digital para dispositivos pessoais, como tablets e celulares). O início das transmissões ocorreu na cidade de São Paulo no dia 2 de dezembro de 2007 e o prazo final de implantação do sistema (o chamado "apagão analógico") está previsto para 2016. De acordo com a Anatel, em maio de 2012, 46,8% da população brasileira está coberta pela TV Digital, o que equivale a 31.3 mil domicílios em 508 municípios.

Tabela 1. Cobertura da TV Digital no Brasil

Maio/12	Total Brasil	Atendidos	% de Cobertos
População	190.732.694	89.258.540	46.80%
Domicílios Atendidos	67,557,424	31.363.391	46,42%

Fonte: Anatel, maio/2012.[11]

1. TV Conectada (*Smart TV*)

Espera-se o fim das transmissões analógicas sem ainda saber concretamente como se dará a interatividade. Diante da possibilidade de utilizar de forma satisfatória os recursos disponibilizados pela tecnologia digital, o mercado já oferece opções para experimentar recursos interativos, principalmente em relação às redes sociais, por meio da convergência televisão e internet e vice-versa.

10 ISDB-T, acrônimo de "Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial" (Serviço Integrado de Transmissão Digital Terrestre). Este é o padrão japonês de TV digital, apontado como o mais flexível de todos por responder melhor às necessidades de mobilidade e portabilidade.

11 Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tvdigital_cobertura.asp>. Acesso em: 25 abr. 2013.

A TV Conectada oferece ao usuário a possibilidade de acessar a rede mundial de computadores na mesma tela em que se assiste à programação televisiva. Os usuários de outros dispositivos são atraídos para a sala de estar e, desta forma, ao criar um conforto para o usuário, o televisor torna-se uma central de entretenimento domiciliar. Essa união entre duas mídias em um único aparelho, porém, utilizando diferentes conexões, permite que empresas ofereçam dispositivos capazes de acessar a internet com ou sem navegador. Aquelas que apresentam *browsers* permitem ao usuário acessar sites, assim como se faz em qualquer computador com conexão a internet; as demais permitem acesso apenas a aplicativos desenvolvidos pelos próprios fabricantes, o que restringe as suas funcionalidades. A conexão pode se dar por meio de cabo ou sem fio (*wireless*), se disponível, ou com o uso de um adaptador *wifi*. Os televisores que possuem essa tecnologia custam em média 20% a mais em relação aos demais sem o acesso à internet.

As empresas, por questões mercadológicas, vendem essa tecnologia como Sócio-TV, justamente porque permite ao usuário acessar as redes sociais como Facebook ou Twitter na tela em que se assiste à televisão. A diferença é que as pessoas não precisam trazer notebooks, smartphones ou tablets para a sala para compartilhar com os amigos ao que se assiste ou para acompanhar o que acontece na rede; tampouco é preciso deslocar-se para um ambiente externo onde se localiza o computador.

A conectividade e a convergência das mídias são tendências mundiais que vislumbram um crescimento para um futuro próximo, mas há previsão de problemas caso não sejam resolvidas questões em relação à infraestrutura para suportar a grande quantidade de aparelhos conectados, mais especificamente a chamada banda de transmissão. A estimativa é uma expansão – já impulsionada pelo mercado japonês em 2010 – que alcançará 122 milhões de aparelhos até 2014. Nesse processo, os mercados emergentes terão um papel fundamental. Nos países da Europa Oriental, a expectativa é que os televisores conectados passem

de 2,5 milhões em 2010 para 10 milhões até 2014. Essas tendências e constatações são demonstradas pela pesquisa realizada pela *DisplaySearch* (Gráfico 2):
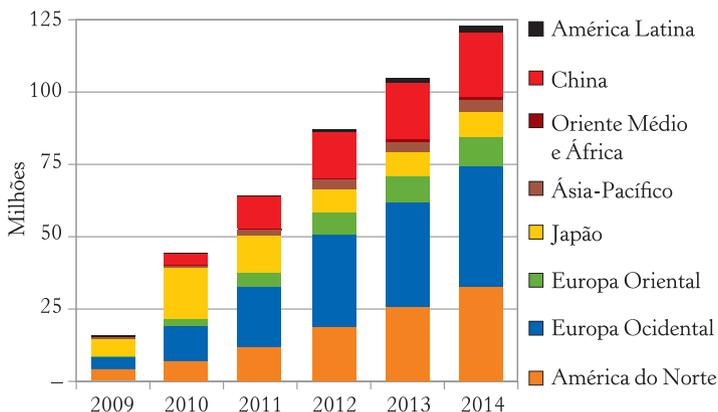
Gráfico 2. Previsão de vendas de TV conectadas
Fonte: *DisplaySearch*.[12]

Para Paul Gray, diretor da *DisplaySearch*, poderão ocorrer problemas em relação à infraestrutura necessária para suportar a grande demanda de televisores conectados, exemplificando com dados relacionados à Netflix que, nos EUA, é responsável por 20% do tráfego de internet.

São apresentadas a seguir algumas características das chamadas TVs Conectadas:

- capacidade de atualizações e alterações nas funcionalidades pelo consumidor, geralmente por carregamento de aplicações;
- capacidade de receber o conteúdo da internet aberta, não apenas dentro de um "jardim murado" (*walled garden*), definido por um portal;

12 Disponível em: <http://www.displaysearch.com/images/Research/DisplaySearch _QTDF_connected_TV_fore-cast_101223.png>. Acesso em: 20 jan. 2012.

- possui uma interface de usuário avançado ou mecanismo de descoberta de conteúdo, a fim de permitir uma rápida detecção e seleção de conteúdos (mas não através de um navegador e pesquisas digitados como em PCs).
- ser capaz de comunicar com outros dispositivos em rede em casa através de padrões abertos (por exemplo, *DLNA*).[13]

Para utilizar os recursos das *Smart TV* de forma satisfatória, é necessário ter uma boa velocidade de conexão a internet. No Brasil, o acesso à banda larga tem crescido, mas ainda é insatisfatório. Conforme levantamento da Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil), entre junho de 2010 e junho de 2011 o acesso à banda larga cresceu quase 49%, chegando a 43,7 milhões, conforme demonstra o Gráfico 3.
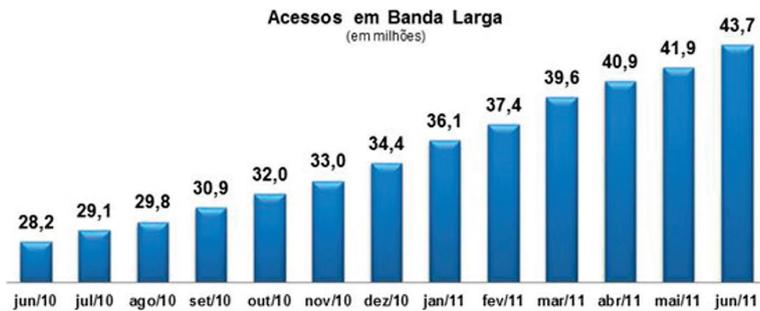
Gráfico 3. Acessos em Banda Larga divulgado pela Telebrasil
Fonte: Telebrasil.[14]

13 DLNA (sigla para Digital Living Network Alliance) ou, em tradução livre, Aliança para Redes Domésticas Digitais. Trata-se de uma organização constituída por empresas associadas, com a finalidade de estabelecer diretrizes baseadas em padrões tecnológicos já existentes, objetivando garantir a interoperabilidade entre eletrônicos conectados em uma rede doméstica, de modo que estes possam trocar arquivos de mídia entre si utilizando a rede em questão. Ou seja, o usuário seria capaz de acessar e reproduzir seus arquivos de mídia de um computador, por exemplo, através de uma TV, um tablet, smartphone, entre outros, desde que se encontrem conectados na mesma rede.

14 Disponível em: <http://www.telebrasil.org.br/aqd/imgnoticia/Imagem_banda-larga.jpg>. Acesso em: 15 jul. 2011.

2. TV Onipresente (*TV Everywhere*)

TV Onipresente ou *TV everywhere* é o conceito que resume o uso de múltiplas telas para se assistir a vídeos por meio da internet graças ao desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação que possibilitaram a convergência de múltiplos dispositivos e múltiplas plataformas, novos conteúdos midiáticos e interesses mercadológicos que estão modificando a televisão, com transmissão somente por ar, cabo ou satélite. Um mesmo programa já pode ser visto em diferentes telas, seja em um aparelho de televisão, computador, tablet ou smartphone.

Segundo Andrei Jezierski (2010), TV Onipresente é um termo genérico que define o uso da internet para se assistir à televisão não apenas na grande tela domiciliar, mas em outros dispositivos ou lugares da forma mais conveniente, ou seja, é possível assistir ao que se quiser, onde quiser e quando quiser. Basta para isso ter um dispositivo com uma tela e conexão em banda larga, não importando o tamanho da mesma. Esse autor destaca que o conceito é um caminho sem volta e que mais importante que oferecer televisão pela internet é o uso da rede mundial como modelo de negócio para manter e expandir o público já existente da televisão. Em defesa desta ideia, afirma que desde antes da existência da internet as visões radicais (convergência/interatividade) de novos dispositivos e redes de vídeo têm focado principalmente na promessa de oferecer comodidades aos espectadores e em contrapartida novas oportunidades de receita para os produtores e proprietários de conteúdo, assim como para os anunciantes. No entanto, na prática o que se observa são possibilidades de fruição televisual futuristas e utópicas. No mundo real, a situação é distinta: existem problemas nas perspectivas do espectador, do produtor de conteúdo ou do anunciante. O universo atual em relação a número de canais ficou muito complexo e dificulta uma organização sobre ao que as pessoas desejam assistir, por um lado, e o que as empresas devem oferecer para encontrar,

atrair e reter o público pelo outro. Ainda conforme o autor, a internet deveria ser vista como um instrumento para manter a união entre televisão/internet, e não ser temida como aquilo que está separando espectadores da televisão. O que se nota é uma confusão generalizada em relação ao controle sobre ao quê e como as pessoas estão assistindo, bem como sobre a publicidade paga por essa programação, resultado de modelos de negócio desgastados que não estão adaptados à complexidade de distribuição e fragmentação da audiência já notada. Jezierski enfatiza, ainda, que para a grande indústria de Hollywood a internet em si não é indesejável, uma vez que continua a possuir e controlar o conteúdo, não importando onde ele é distribuído. Indesejável é a erosão da proposição de valor exclusiva da televisão, que é atingir a audiência massiva.

A internet evoluiu para incluir as tecnologias de *software* que tornam possível aliar uma ampla gama de atividades: produtos baseados em *browsers* e "*apps*"[15] disponíveis em redes virtuais transformaram a economia de engenharia e distribuição de *softwares* para o consumidor. Essa evolução retroalimentada trouxe benefícios em relação à simplicidade e usabilidade de dispositivos de comunicação móvel e sua integração com os conteúdos e programação televisiva. O hábito de assistir à televisão deixou de ser uma ação linear e passiva. Os usuários são capazes de realizar várias atividades no mundo digital (interação, compartilhamento, negócios, diversão etc.), inclusive pela TV. O comportamento físico pode ser idêntico ao modelo atual (sofá – controle na mão – olhar para TV da sala etc.), mas a ati-

---

15 "App é a abreviatura de '*application*', ou seja, aplicação. Aplicação essa que é instalada num smartphone. A função das apps é facilitar a vida aos utilizadores, proporcionando-lhes um acesso direto a serviços de notícias, informação meteorológica, jogos, serviços de mapas, com geolocalização através de GPS ou utilitários do mais variado tipo de finalidades." Definição disponível em: <http://www.marketingtecnologico.com/marketingtecnologico/artigos/default.asp?id=307>. Acesso em: 17 abr. 2013.

tude será diferente do que ocorreu com o VHS e em menor grau com DVD-R. Embora esses dispositivos pudessem interferir no fluxo da programação e alterar a maneira como as pessoas assistiam à televisão, eles estavam atrelados às limitações do universo analógico. No mundo digital a atitude é diferente. Esta situação provoca um retorno a um mundo utópico de "plataformas universais", em que prevalecem modelos complexos de autenticação e esquemas de gerenciamento de direitos digitais.

O conceito de TV Onipresente oferece uma rota mais rápida, direta e menos arriscada para a modernização, o que significa ver e distribuir conteúdo televisual com potencial para ampliar a viabilidade econômica da TV linear, forjar uma relação mais direta entre fornecedores de conteúdos e espectadores, preparando assim o caminho para a integração real entre televisão e a internet.

3. Sócio-TV (*Social TV*)

Gunnar Harboe (2009), em seu texto "In Search of Social Television", procura um significado para o termo Sócio-TV e, ao explorar a história e estado atual da televisão, analisa exemplos de sistemas e características de TV Social, tecendo comparações entre diferentes definições do termo. Para o autor, o termo televisão social não é novo, mas adquiriu um significado técnico específico na segunda década do século XXI: é utilizado como referência a uma variedade de sistemas experimentais que tem por intenção apoiar experiências sociais entre telespectadores, e à pesquisa em nível acadêmico e empresarial de tais experiências. Em relação à história, o conceito de Sócio-TV é anterior ao da própria televisão. No século XIX, antes da existência de tecnologias de videocomunicação nas modalidades que hoje se conhecem, Albert Robida escreveu sobre o dispositivo *telephonoscope* (Figura 1): televisão, terminal de videoconferência e proto-internet-*browser* em uma única tela.
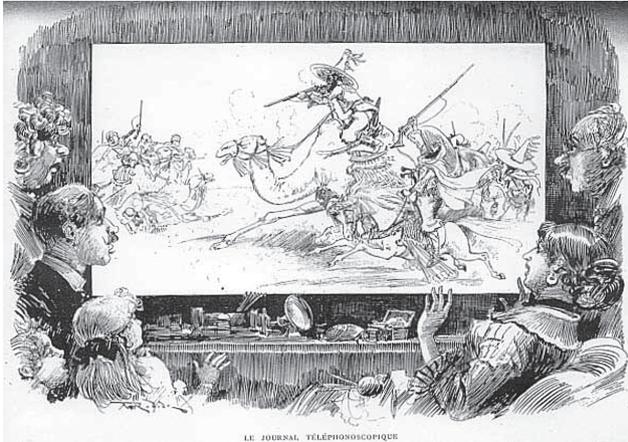
Figura 1. Telephonoscope

No livro *1984*,[16] escrito em 1948, George Orwell apresenta a função de *telescreen*, exemplo de tela onipresente e autoritária. Em 1956, a AT&T criou o primeiro protótipo experimental de *picturephone* (Figura 2), protossistema de videoconferência, somente comercializado em 1970, um dos primeiros de muitos fracassos do mercado na área de videotelefonia, conceito diferente do entendimento atual de Sócio-TV. O primeiro sistema a oferecer algo semelhante foi o *spacephone* (Figura 2), lançado em 1980 pela Zenith, fabricante norte-americana de televisores, que consistia em um telefone integrado ao aparelho de TV que permitia ao usuário falar por meio de um microfone embutido e ouvir outro usuário pelo alto-falante do aparelho de TV. Apesar do som da

16 Romance clássico do autor inglês Eric Arthur Blair, mais conhecido pelo pseudônimo de George Orwell. Publicado em 8 de junho de 1949, retrata o cotidiano de um regime político totalitário e repressivo no ano homônimo. No livro, Orwell mostra como uma sociedade oligárquica coletivista é capaz de reprimir qualquer um que se opuser a ela. A história narrada é a de Winston Smith, um homem com uma vida aparentemente insignificante, que recebe a tarefa de perpetuar a propaganda do regime através da falsificação de documentos públicos e da literatura, a fim de que o governo sempre esteja correto no que faz. Smith fica cada vez mais desiludido com sua existência miserável e assim começa uma rebelião contra o sistema.

televisão ser silenciado durante a chamada, poder-se-ia chamar essa experiência de uma versão simplificada de Sócio-TV, que não teve sucesso e foi interrompida em meados dos anos 1980.

Figura 2. Picturephone e Spacephone Zenith

A série de comédia *Mystery Science Theater 3000*[17] (Figura 3) inspirou vários sistemas de TV Social, que somente na virada do século começaram a ganhar forças. Em 2000, o *SMS TV Chat*[18] (Figura 4) foi lançado em muitos países da Europa, tornando-se um sucesso. Também em 2000, a America Online (AOL) lançou a *AOLTV*[19] (Figura 4) para competir com a *WebTV*.[20]

17 *Mystery Science Theater 3000*, geralmente abreviado como MST3K, é uma série de televisão *cult* de comédia criada por Joel Hogson, que mostra um homem e dois robôs presos em um satélite no espaço que são forçados a assistir a filmes ruins.

18 *SMS Chat TV* é essencialmente uma sala de *chat* em que todo o texto é exibido na televisão como parte da transmissão. Os participantes escrevem para a sala de bate-papo, enviando mensagens de texto de seus telefones celulares.

19 *America On line TV*. O serviço de TV por internet da AOL, que fornece acesso por linha telefônica ou satélite, da Hughes Electronics DirecTV. Versões do *set-top boxes* AOLTV também incluem a tecnologia digital TiVo para gravar programas de TV.

20 A *WebTV* permitia aos usuários navegar na web em sua televisão, possibilitando que se leiam mensagens, através do Instant Messaging (IM), assim como bate-papos em salas de *chat* enquanto se assiste à TV na mesma tela.

Figura 3. *Mystery Science Theater* 3000

Figura 4. *SMS TV Chat* e *AOLTV*

Após a comunidade científica começar a explorar a Sócio-TV de forma mais efetiva em 2001 com 2BeOn – plataforma multimídia desenhada para testar e avaliar modelos de convergência de serviços de comunicação e gestão, suportando atividades de trabalho, lazer e informação, utilizada ainda hoje –, vários laboratórios têm publicado artigos sobres protótipos, incluindo grupos da Alcatel-Lucent, Microsoft, Google, PARC, Motorola, AT&T e Siemens.

As ideias de Robida se tornaram realidade e partes do *telephonoscope* são encontradas em diferentes dispositivos e serviços. Nos cem anos que se seguiram, os esforços tecnológicos tentaram agregá-las, mas uma experiência de televisão genuinamente social permaneceu inatingível até o advento da internet, que possibilitou concretizar na íntegra o pensamento original. Entretanto, as soluções atualmente disponíveis não proporcionam ainda uma experiência completa e perfeita, pois são limitadas em relação aos tipos de conteúdos e de comunicação que apoiam. Em alguns sistemas, os usuários têm de coordenar vários dispositivos separadamente, e muitos não compartilham nem o contexto de vídeo, nem a presença na TV com outros usuários. Mesmo quando a comunicação e reprodução do conteúdo são integradas em um único dispositivo ou aplicação, as duas atividades continuam essencialmente distintas.

Como o objetivo deste trabalho é apresentar um estudo exploratório sobre os modos de socialização em torno das redes sociais e da televisão. Em função da limitação do espaço textual para publicação, apresenta-se um comparativo (Tabela 2) que analisa os conceitos restrito e amplo sobre Sócio-TV:

A ampla definição de "Televisão Social" como qualquer tecnologia que suporta as práticas sociais associadas à TV inclui indivíduos que dialogam *on-line* pela internet sobre programas de televisão, assistindo-os de maneira sincrônica e geograficamente separados, bem como incorpora as discussões sobre programas de televisão após a sua veiculação. A definição restrita evita esse problema e afirma que Televisão Social refere-se a sistemas que criam uma experiência de "como" ver televisão juntos, apesar de os espectadores estarem fisicamente distantes. Isto é possível através da convergência das tecnologias de comunicação (a comunicação de voz ou *chat* de texto, por exemplo) com a TV. Ambas as definições compartilham que a televisão, além de transmissões ao vivo, possui outros tipos de

Tabela 2. Os conceitos restrito e amplo sobre Sócio-TV

Restrito	Amplo
Tecnologias de comunicação que criam uma experiência compartilhada e remota de assistir à TV juntos. (Harboe, 2009)	Qualquer tecnologia que ofereça suporte às práticas sociais associadas à televisão. (Harboe, 2009)
Uso da tecnologia de comunicação para conectar os telespectadores, a fim de criar experiências compartilhadas remotamente em torno do conteúdo da TV. (Harboe et al., 2008b)	TV interativa (iTV), sistemas que suportam os aspectos sociáveis de ver TV. Inclui melhoramentos para a interação disponibilizada. (Harboe et al., 2008a)
Um sistema de áudio e vídeo que permite que espectadores distantes possam se comunicar por meio de diversas modalidades de comunicação interpessoal, como o canal de áudio aberto, mensagens instantâneas, *emoticons* etc. (Chorianopolous, 2007)	Apoio tecnológico para as práticas sociais que envolvem a visualização de TV. (Chorianopolous, 2007)
Integração da televisão com tecnologias da informática para apoio social, visualização de experiências em grupos mediados por computador. [...] Projeto para sistemas distribuídos de visualização de televisão, compartilhada. (Ducheneaut et al., 2008)	Integração computacional para remover barreiras às interações sociáveis em torno de conteúdo de vídeo. (Ducheneaut et al., 2008)
Serviços de vídeo que integram outros serviços de comunicação, como voz, *chat*, sensibilidade ao contexto e classificação pelos pares para apoiar uma experiência de TV compartilhada. (Klym; Montpetit, 2008)	Garantia de interação social e suporte técnico a grupos de espectadores de TV geograficamente distribuídos. (Gross et al., 2008)
Proporcionar a experiência de se comunicar e assistir à TV a dois ou mais consumidores remotos. (Schatz et al., 2007)	Comunicações e interações sociais remotas ou locais em um contexto de ver televisão ou relacionados a uma experiência de TV com garantia das tecnologias necessárias. (Geerts et al., 2008)

Fonte: Elaborado pelos autores deste trabalho e baseado em Harboe (2009).

conteúdo, como *video-on-demand* (VOD), internet e conteúdos gerados por usuários. Compartilhamento de filmes entre duas TVs na mesma casa, de álbuns de fotografias e a possibilidade de ao mesmo tempo assistir à TV em dispositivos móveis, como celulares e tablets, são formas de compartilhamento social de conteúdos televisivos e podem ser considerados exemplos de

Sócio-TV. Essa dificuldade na definição do termo é reflexo de um mundo em transição, no qual as fronteiras entre os tipos tradicionais de mídias e os novos serviços de valor agregado estão indefinidos.

Sócio-TV é apenas uma parte da investigação sobre o conteúdo de comunicação agregado, que também pode englobar música social, foto social e muitos outros conceitos. A dimensão mais importante da experiência do usuário de mídia social não é se ela é ou não classificada especificamente como Televisão Social. Em resumo, os modelos teóricos de Sócio-TV propõem uma série de diferentes dimensões do projeto, sendo que grande parte destes modelos se complementam e podem ser utilizados conjuntamente. Muitas das dimensões são simples aspectos das tecnologias de comunicação e redes sociais *online* em geral. No entanto, a convergência com os conteúdos de TV dá origem a novas dimensões que definem a relação entre a comunicação entre usuários e conteúdos.

Considerações finais

Partindo-se da constatação de que as definições encontradas nesse estudo bibliográfico não conduzem a um consenso que expresse a convergência da televisão com a internet e que não expressam as mudanças relacionadas aos modos como as pessoas estão consumindo os conteúdos televisivos em múltiplas telas, decidiu-se propor um novo verbete: Sócio-TV.

Segundo Hegenberg (1974, p.20), "a definição de um termo ou palavra não é considerada verdadeira nem falsa, é apropriada ou não conforme as convenções estabelecidas". Para definir um verbete que sintetize o objeto em estudo, utiliza-se como guia alguns princípios fundamentais descritos pelo autor (Hegenberg, 1974, p.27):

- uma definição deve aludir à essência daquilo que se procura definir;
- uma definição não deve ser circular;
- uma definição deve ser colocada, sempre que possível, em forma afirmativa;
- uma definição não deve ser formulada em linguagem obscura ou metafórica.

Opta-se por um novo verbete que possa expressar a convergência da televisão com a internet e as mudanças relacionadas aos modos como as pessoas estão consumindo os conteúdos televisivos em múltiplas telas. É apresentado, desta forma, o verbete:

> *Sócio-TV*: convergência entre a televisão e internet que, por meio das redes sociais ou aplicativos específicos, possibilita experiência televisiva que pode ser compartilhada local ou remotamente entre usuários ou grupo de usuários em dispositivos audiovisuais conectados em redes digitais. Tem por características principais:
>
> - receber conteúdo midiático em qualquer tela;
> - utilizar a tecnologia da comunicação para acessar conteúdos de imagem e som;
> - integrar-se com as redes sociais;
> - possibilitar ao usuário interagir com o conteúdo televisivo de maneira ativa;
> - proporcionar a dois ou mais usuários remotos comunicar-se sobre o que se assiste à tela, de maneira síncrona ou assíncrona;
> - permitir ao usuário assistir ao conteúdo televisivo onde, como e quando quiser;
> - compartilhar com outros usuários suas preferências televisivas.

Enfim, os termos utilizados, até o momento, para definir a convergência entre televisão e internet, bem como a experiência

do usuário (TV Social, TV 1.5 ou TV 2.0), trazem em si algum tipo de confusão, pois são passíveis de outras interpretações e entendimentos. O termo social é considerado um conceito vago, amplamente utilizado para expressar uma infinidade de situações e relações, como, por exemplo, exclusão a determinados direitos (exclusão social), atitudes incompatíveis com a convivência em grupo (antissocial) etc. Os termos 1.5 ou 2.0, ambos derivados das definições sobre interatividade via web, podem trazer certo conflito em relação às especificidades que existem em ambas as mídias. A opção por esse verbete procura atender os princípios descritos por Hegenberg (1974) e poderá servir de base para futuros estudos em relação à televisão relacionada à experiência do usuário.

Referências bibliográficas

ANATEL. *Cobertura da TV Digital Contagem da População*. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documentoVersionado.asp?numeroPublicacao=261296&documentoPath=261296.pdf&Pub=&URL=/Portal/verificaDocumentos/documento.asp>. Acesso em: 10 jul. 2011.

CANNITO, N. *A televisão na era digital:* interatividade, convergência e novos modelos de negócios. São Paulo: Summus, 2010.

CHORIANOPOULOS, K. Content-Enriched Communication-Supporting the Social Uses of TV. *Journal-Communications Network*, v.6, n.1, p.23, 2007.

DISPLAYSEARCH. *Connected TVs Forecast to Account for 21% of Global TV Shipments in 2010*. Disponível em: <http://www.displaysearch.com/cps/rde/xchg/displaysearch/hs.xsl/101230_connected_tvs_forecast_to_account_for_21_of_global_tv_shipments_in_2010.asp>. Acesso em: 12 jun. 2011.

DUCHENEAUT, N. et al. Social TV: Designing for distributed, sociable television viewing. *Intl. Journal of Human-Computer Interaction*, v.24, n.2, p.136-154, 2008.

GEERTS, D. et al. *Social Interactive Television Workshop* [Presentation slides]. 2007. Disponível em: <http://soc.kuleuven.be/com/mediac/socialitv/results.htm>.

GROSS, T. et al. Toward advanced social TV in a cooperative media space. *Intl. Journal of Human-Computer Interaction*, v.24, n.2, p.155-173, 2008.

HARBOE, G. In search of social television. In: PABLO, C.; DAVID, G.; KONSTANTINOS, C. (Eds.). *Social Interactive Television:* Immersive Experiences and Perspectives. IGI Global, 2009.

HARBOE, G. et al. *Ambient Social TV*: Drawing People Into a Shared Experience. Proceeding of the Twenty-Sixth Annual SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, USA, 2008a.

HARBOE, G. et al. The Uses of Social Television. *Computers in Entertainment*, ACM, USA, 2008b.

HEGENBERG, L. *Definições:* termos teóricos e significado. São Paulo: Cultrix / Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JEZIERSKI, Andrei. *Television Everywhere:* How Hollywood Can Take Back the Internet and Turn Digital Dimes Into Dollars. [s.l.]: iUniverse.com, 2010. Disponível em: <http://www.amazon.com/Television-Everywhere-Hollywood-Internet-Digital/dp/1450260055>. Acesso em: 27 set. 2012.

KLYM, N; MONTPETIT, M. J. *Innovation at the Edge:* Social TV and Beyond. 2008.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M.A. *Fundamentos de metodologia científica*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEARMONTH, M. *TV Everywhere* – As Long As You Pay for It. AdAge, 2 mar. 2009. Disponível em: <http://adage.com/article/media/bewkes-pushes-tv-long-pay/134961/>. Acesso em: 25 jan. 2012

MAGNONI, A. F.; AFINNI, L. P. AMÉRICO, M. *Da mobilidade a ubiquidade da comunicação.* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29 ago. 2007 a 2 set. 2007, Santos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0811-2.pdf > Acesso em: 25 abr. 2013.

MERKEL, K. *Hybrid broadcast broadband TV, the new way to a comprehensive TV experience.* In: ELECTRONIC MEDIA TECHNOLOGY (CEMT), 14th ITG Conference [s.l.], 2011, p.1-4.

ROMANI, B. Sem tela, televisão será focada nas experiências. *Folha de S.Paulo*, 11/3/2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/03/1243381-sem-tela-televisao-sera-focada-nas-experiencias.shtml>.

TV CONECTADA com Internet é a mais nova atração das lojas de eletrônicos. G1, 26/5/2011. PORTAL G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2011/05/tv-conectada--com-Internet-e-mais-nova-atracao-das-lojas-de-eletronicos.html>. Acesso em: 12 jun. 2011.

WOHN, D. Y. The Death of TV (As We Know It). *SSRN Electronic Journal*, 12/1/2009. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/abstract=1412944>. Acesso em: 26 set. 2012.

II. Políticas e estratégias da comunicação

Organizadores do eixo

Anita Simis
Carlo José Napolitano

Censura judicial à liberdade de expressão do pensamento

Carlo José Napolitano[1]

Da liberdade de expressão do pensamento

De acordo com a clássica teoria do direito constitucional brasileiro, a liberdade de expressão do pensamento[2] é o direito

1 Doutor em Sociologia pela Unesp e professor do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: carlonapolitano@faac.unesp.br.

2 Observe-se que, em diversos dispositivos, o texto constitucional brasileiro faz referência à liberdade de expressão do pensamento. No artigo 5º, que trata dos direitos e deveres individuais e coletivos, dois incisos tratam do tema. O inciso IV dispõe que é livre a manifestação do pensamento, vedando apenas o anonimato, e no IX está disposto que é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença. Já o artigo 220, no capítulo da Comunicação Social, disciplina que a "manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição". Bitelli (2004, p.191) lembra que a frase *observado o disposto nesta Constituição*, previsto no *caput* do artigo 220, fundamenta "todo um sistema de limitações ao direito da comunicação social". Pereira (2002) aponta uma distinção entre a liberdade de expressão de opiniões, que denomina liberdade de crítica, da liberdade de expressão de fatos, que denomina liberdade de crônica, esta estaria relacionada à liberdade de informação. Ambas, no entanto, encontram limites na lei.

fundamental que qualquer pessoa tem de exteriorizar, sob qualquer forma, o que pensa sobre qualquer assunto (Silva, J., 2010).

Na liberdade de expressão está contida a liberdade de opinião, reconhecida como a liberdade de expressão primária, que consiste na prerrogativa da pessoa de adotar a postura intelectual que quiser e, se for da sua vontade, exteriorizar essa opinião por qualquer meio, através dos meios de comunicação,[3] das artes, das ciências, das religiões etc. Esse direito garante até mesmo a liberdade do indivíduo, se desejar, de não expressar a sua opinião.[4]

Entende-se, de acordo com Bitelli (2004, p.189), que a liberdade de expressão do pensamento possui um viés individual,[5] quando previsto no capítulo dos direitos e garantias individuais da Constituição brasileira, e uma dimensão social, quando da regulação no capítulo da Comunicação Social.

Ainda de acordo com a teoria constitucional brasileira, há o entendimento de que os direitos fundamentais caracterizam-se pela limitabilidade, não havendo direito fundamental absoluto.[6]

---

3 Para Comparato (2010b), no sistema capitalista, a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa foram transformadas em liberdade de empresa, ou da empresa midiática. No mesmo sentido, para Kucinski (2011, p.16), "os proprietários da grande mídia identificam liberdade de expressão, um dos direitos humanos fundamentais, com liberdade da indústria de comunicação, que é um direito empresarial. Como se as empresas fossem as detentoras exclusivas do direito de expressão".

4 De acordo com Araujo e Nunes Júnior (2001, p.96): "O pensamento humano é pluriforme. Em outras palavras, pode manifestar-se por meio de juízos de valor (opinião) ou da sublimação das formas em si, sem se preocupar com o eventual conteúdo valorativo destas. É o que pode ocorrer em manifestações como a música, a pintura, o teatro, a fotografia etc.".

5 No entanto, Schimitt (2009, p.171) entende que esse direito não possui somente um viés individual, mas sim social e por esse fato demanda regulação e normatização, pois contém manifestações sociais.

6 De acordo com Moraes (2009, p.52), "a liberdade de expressão e de manifestação de pensamento não pode sofrer nenhum tipo de limitação prévia [...]. Contudo, é possível à lei ordinária a regulamentação das diversões e espetáculos públicos, classificando-os por faixas etárias a que não se recomendem, bem como definir locais e horários que lhes sejam inadequados".

Diante dessa premissa, quando houver um choque envolvendo dois direitos fundamentais, poderá ocorrer a invasão "do âmbito de proteção de outro" (Araujo; Nunes Junior, 2001, p.81). Nesses casos, será necessária a aplicação da regra da cedência recíproca, sendo necessária a harmonização dos direitos em conflito.

Para Araujo e Nunes Junior (2001, p.81), o próprio direito constitucional brasileiro já previu algumas hipóteses de conflito e, de antemão, harmonizou-os, como é o caso da regra sobre a liberdade de manifestação do pensamento, limitada pela necessária identificação do autor da manifestação, vedando-se constitucionalmente o anonimato.

No entanto, pode haver conflito de interesse sem prévia regulação constitucional, como é o caso do confronto entre o direito à informação e a proteção à privacidade. Para esses casos, não há regra hermenêutica a ser observada, pois o conflito localiza-se no plano da realidade concreta e não no plano jurídico normativo. Diante disso, não é possível fixar um padrão de interpretação em abstrato, de antemão, *a priori*, tendo em vista que o conflito é uma realidade concreta. Para esses casos, o critério interpretativo a ser seguido é o "da máxima observância dos direitos fundamentais envolvidos e de sua mínima restrição" (Araujo; Nunes Junior, 2001, p.82), regra também conhecida como concordância prática.

No mesmo sentido proposto, para Bitelli (2004), a liberdade de expressão do pensamento pode ser limitada, em regra geral, pelo princípio da dignidade da pessoa humana e, especificamente, pela proibição do anonimato, pela proibição de manifestações preconceituosas, pela privacidade, intimidade, honra e imagem das pessoas, dentre outras.[7]

---

7 A intimidade, a honra e a imagem das pessoas são direitos limitadores à liberdade de expressão do pensamento e, da mesma forma que este, são direitos e garantias individuais e tal como aquele erigidos à condição de cláusulas pétreas no texto constitucional de 1988 (Bitelli, 2004, p.195).

Há o reconhecimento, segundo Bitelli (2004, p.193), que

> A constituição democrática brasileira, sem qualquer temor de engano, é tecnicamente fértil e detalhada quanto aos princípios informadores impostos à comunicação, em especial à comunicação social, valendo dizer que tão forte era o clamor pelo fim do regime de exceção e pelo restabelecimento das liberdades individuais e coletivas de expressão, que apenas fez submeter este direito amplo e irrestrito aos inúmeros limites que se lhe impõe.

Esses direitos, reconhecidos como direitos de personalidade, "constituem-se balizadores a serem observados num confronto" (Bitelli, 2004, p.197) com a liberdade de expressão do pensamento.[8] Diante disso, compreende-se que a limitabilidade de um direito fundamental, nesses casos onde não há previsão constitucional, somente pode ocorrer após um conflito concreto de direitos, observando-se que a limitação de um direito fundamental é apenas momentânea, para aquele caso concreto em análise.

Da mesma maneira que no Brasil, nos Estados Unidos a liberdade de expressão do pensamento é tema de acalorados debates. Segundo Binenbojm e Pereira Neto (2005), naquele país, há duas correntes teóricas predominantes acerca desse direito fundamental.

Uma conhecida como *proteção da autonomia discursiva* ou *teoria libertária*, que orbita na esfera do autor da mensagem, visando à proteção da autonomia privada e a liberdade de expressão do pensamento, sem interferências externas, que defende a abstenção do Estado, e quando ocorrer interferência, esta deve

8 Também há o reconhecimento de que tais direitos são personalíssimos, só podendo ser exercidos pelo próprio interessado. Ademais, são direitos disponíveis. Bitelli (2004) menciona como exemplos a exposição da vida íntima e privada nos *reality shows*, em "pegadinhas" apresentadas em programas televisivos, nos quais o consentimento do "ofendido" é essencial para a veiculação dos mesmos.

limitar-se à proteção dos direitos do emissor da mensagem. A corrente apregoa que qualquer tentativa de cercear os direitos do emissor pode ser considerada como inconstitucional.[9]

E uma segunda corrente, denominada *teoria democrática*, que entende a liberdade de expressão como "instrumento para a promoção de diversidade na esfera pública, exigindo uma atuação positiva do Estado na abertura e/ou ampliação do espaço conferido a diversos grupos no debate democrático" (Binenbojm; Pereira Neto, 2005, p.2). Para essa matriz, a preocupação maior é com os receptores das mensagens e estaria identificada com a cidadania e com a vontade comum, visando à "construção de um *éthos* argumentativo-deliberativo, propiciando a realização do processo coletivo de debate e tomada de decisões na esfera pública" (Binenbojm; Pereira Neto, 2005, p.6), sendo a regulação estatal estratégica para a criação de uma "cidadania informada e capacitada para o exercício do autogoverno" (Binenbojm; Pereira Neto, 2005, p.7), atribuindo-se ao Estado o papel de curador do discurso público.[10]

Binenbojm e Pereira Neto (2005, p.10 e p.13) indicam que Fiss é um teórico da ideia de que o Estado pode ser um grande defensor da liberdade de expressão, e não o seu algoz, da mesma forma defende que grupos privados também "podem restringir a liberdade de expressão tanto quanto o Estado", por isso, a atuação estatal em relação à liberdade de expressão é uma intervenção a favor e não contra essa liberdade. No entanto, indi-

---

9 Para os adeptos da corrente liberal, o remédio clássico para minimizar falhas no ambiente discursivo seria mais discurso, e não a regulação estatal. No entanto, Fiss (2005) advoga que esse remédio em alguns casos soaria no vazio. O exemplo dado pelo autor é da incitação ao ódio. Nesses casos, a vítima teria diminuída a sua autoestima, eliminando a participação desta no debate público, portanto, mais discurso sobre essas ações seria inócuo (Fiss, 2005, p.47).

10 Quando o Estado regula a liberdade de expressão está "exercendo o seu poder de polícia para promover um fim público legítimo, como ele faz quando edita uma lei de controle de armas ou de controle de velocidade no trânsito" (Fiss, 2005, p.47).

cam que o excesso de atuação pode levar ao Estado controlador, totalitário e, por sua vez, a falta de regulação levaria a exclusão de determinados setores da sociedade do uso da liberdade de expressão.[11] Reconhecem os autores que no Brasil a regulação estatal da liberdade de expressão é um verdadeiro tabu, em especial, pela lembrança do período militar autoritário e que qualquer tentativa de atuação do Estado, nesta seara, é vista como censura.

Nesse mesmo sentido para Lima (2010, p.21), no Brasil, em relação a qualquer tentativa de regulação jurídica da liberdade de expressão, há "uma interdição não declarada a esse tema, cuja mera lembrança sempre provoca rotulações de autoritarismo e retorno à censura".[12] No entanto, de acordo com Bitelli (2004, p.194), há uma grande diferença entre o tratamento jurídico da liberdade de expressão do pensamento nos EUA e no Brasil, tendo em vista a remissão contida no final do artigo 220 da Constituição brasileira.

---

11 O principal argumento de Fiss (2005), que reconhece que o Estado pode tanto ser um agente opressor quanto uma fonte de liberdade, quando a concentração do poder privado inibe a liberdade de expressão, está centrado na garantia da igualdade, sendo esse direito uma das vigas mestras do ordenamento jurídico ao lado do direito à liberdade. Segundo Fiss (2005, p.43), no embate judicial norte-americano tem prevalecido a liberdade em detrimento da igualdade; no entanto, acrescenta que "a Constituição não oferece qualquer guia sobre como tal escolha deveria ser feita".

12 No mesmo sentido Pieranti (2008, p.129 e 139) assevera que "quaisquer tentativas de regulação de conteúdo ou a ela relacionadas são, em geral, consideradas pelos meios de comunicação práticas de censura". No entanto, reconhece o autor que "a linha que separa os dois (regulação e censura) é tênue. A censura não deixa de ser uma forma de se regular conteúdo, porém nem todas as formas de regular conteúdo correspondem à censura". E como reflexo desse entendimento, de acordo com Comparato (2010b, p.10), mesmo havendo a exigência constitucional de elaboração de legislação ordinária regulamentadora desse direito, o que se verifica é que o "Congresso Nacional é sistematicamente paralisado pela pressão dominante das empresas de comunicação". Ainda de acordo com Comparato (2010b, p.12), hoje no Brasil há uma "absoluta convergência na defesa do capitalismo e na desregulamentação do setor de comunicação social".

Tendo em vista essa remissão, segundo o autor, inexistente no direito norte-americano, a liberdade de expressão no Estado brasileiro "poderá sofrer um perigoso e constante assédio via controle judicial", pois mesmo havendo a proibição expressa em relação a censura prévia, administrativa, estabelece a Constituição "ao mesmo tempo [...] mecanismos de restrição ao direito da comunicação e da informação" (Bitelli, 2004, p.225), como exemplos: a proibição do anonimato e a regulação dos espetáculos públicos.[13]

Conclui Bitelli (2004, p.227) que é

> Certo que no Brasil a censura como forma de intervenção do Estado, como função administrativa de poder de polícia, não existe mais, sendo vedada expressamente pela Constituição Federal a incidência de atividades de censura quando tiverem como objeto o conteúdo político, ideológico e artístico. Todavia, a Constituição autoriza e determina a intervenção do Estado como regulador de diversões públicas, classificador de conteúdos e fomentador de leis para a defesa dos valores eleitos, tais como a criança, o adolescente, a família, a ética, a educação, a cultura e a informação e a dignidade da pessoa humana, estas juntamente com a saúde e o meio ambiente.

Por isso, Bitelli (2004, p.227) considera que a atividade de regulação e consequente limitação aos direitos de expressão, a partir de 1988, com o advento da nova Constituição, pode ser exercido de forma pulverizada por toda a sociedade, e não

---

13 Comparato (2010a, p.137) destaca ainda uma outra diferença entre a regulação brasileira e a norte-americana acerca da liberdade de expressão. De acordo com o autor, "a declaração de liberdade de palavra, de imprensa e de religião, constante da Primeira Emenda, tem sido comumente apresentada, a partir de um famoso acórdão da Corte Suprema (*Freedom of press, freedom of speech, freedom of religion are in a preferred position: Murdock v. Pennsylvania, de 1943)* como se situando numa 'posição de maior realce', relativamente aos demais direitos humanos".

mais somente pelo Estado através dos agentes repressivos, pois "não há dúvida de que as possibilidades de controle são muito maiores do que as da constância do regime de intervenção excepcional em que a censura era atividade administrativa de direito público do Estado brasileiro".

No mesmo sentido, Mendes (1994) considera que se afigura "legítima a outorga de tutela judicial contra violação de direitos de personalidade, especialmente do direito à honra e à imagem, ameaçados pelo exercício abusivo da liberdade de expressão e de informação". Por essas razões, Silva, C. (2010, p.7) compreende que

> Diferentemente de todas as situações anteriores da história da liberdade de imprensa no Brasil, a principal ameaça a ela no início do século XXI não procede do Poder Executivo, que foi quem a cerceou em diversos momentos do passado. É o Poder Judiciário quem se constitui atualmente na principal ameaça à liberdade de expressão.

Tendo em vista as considerações acima apontadas, em especial, as disputas teóricas acerca da temática, o fato de o conflito estar localizado no plano no plano da realidade concreta e não no plano jurídico normativo, bem como a possibilidade de o Poder Judiciário exercer o controle da liberdade de expressão quando em conflito com outros direitos fundamentais, a seguir serão apresentados casos judiciais referentes à temática junto ao Supremo Tribunal Federal.

Censura judicial à liberdade de expressão

No presente trabalho serão analisadas três ações judiciais envolvendo o Supremo Tribunal Federal e a liberdade de expressão

do pensamento. Uma delas já decidida e outras duas ainda em andamento.

A ação judicial já decidida trata-se da Reclamação 9428, cuja questão de fundo foi apresentada por Silva, C. (2010) da seguinte forma

> em 30 de julho de 2009, [...] um desembargador do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, Dácio Vieira, proibiu em decisão liminar o jornal *O Estado de S. Paulo* de publicar qualquer informação relativa à Operação Boi Barrica, ação da Polícia Federal que investigava, entre outros, Fernando Sarney, filho do presidente do Senado e ex-presidente da República, José Sarney, então sob acusação de estar envolvido ou de ter praticado inúmeros atos ilegais. A investigação da PF corria sob segredo de Justiça. Se não respeitasse a decisão – que não foi divulgada por também ser sigilosa –, o jornal seria punido com multa de R$ 150 mil por reportagem publicada. O jornal cumpriu a determinação do desembargador. Nenhum outro veículo se dispôs a publicar as informações de que ele dispunha por presunção (corroborada pela maioria dos advogados especializados) de que também seriam impedidos de fazê-lo e punidos se o fizessem. Em setembro, outubro e novembro, no entanto, a *Folha de S.Paulo* publicou trechos de gravações da Polícia Federal feitas durante a Operação Boi Barrica, mas não disse que sua origem era essa operação. A Justiça não reagiu contra a *Folha de S.Paulo*. *O Estado de S. Paulo* entrou com recurso. Mas outro desembargador, Walter Leôncio, do mesmo tribunal, manteve a liminar sob o argumento da prudência, até obter mais informações de seu colega e do Ministério Público sobre o caso. [...] Em novembro, o jornal entrou com recurso junto ao STF, mas o ministro que o recebeu também pediu prazo até dezembro, para decidir. A censura vigeu por pelo menos 120 dias. [...] A censura judicial imposta a *O Estado de S. Paulo*, um dos três maiores e um dos mais antigos diários em circulação no país, reconhecido mundialmente como referência de boa qualidade e de defesa dos princípios da liberdade de expressão na

> imprensa brasileira, gerou reação em diversos países. A Associação Mundial de Jornais, o Fórum Mundial de Editores, a Organização dos Estados Americanos, a Sociedade Interamericana de Imprensa, a Federação Internacional de Jornalistas, o Comitê para a Proteção de Jornalistas, a ONG Repórteres Sem Fronteira foram algumas das entidades internacionais que enviaram correspondência aos presidentes da República do Brasil e do Supremo Tribunal Federal para manifestar preocupação, expressar inconformismo e exigir revogação da censura. Além disso, muitas organizações nacionais, políticos de diversos partidos, intelectuais e juristas protestaram contra a decisão. Até o *New York Times*, em 31 de agosto de 2009, registrou o caso com destaque, em meio a longa reportagem sobre as novas ameaças contra jornalistas na América Latina.

As que ainda estão pendentes de julgamento são a ADI 4815 e o MS 30.952.

A ADI trata de um questionamento da Associação Nacional dos Editores de Livros (Anel),[14] de 5 de julho de 2012, junto ao STF, em relação à constitucionalidade de dois artigos da Lei n.10.406/2003 (conhecida como Novo Código Civil Brasileiro),[15] que exigem prévia autorização do interessado ou de familiares vivos, no caso de pessoa já falecida, para a publicação de escritos, palavras e imagens.

---

14 Agradeço ao advogado da Anel Gustavo Binenbojm por ter enviado gentilmente, por e-mail, cópia da petição inicial da ADI em análise.

15 Os termos dos artigos 20 e 21 questionados pela Anel são os que seguem. *Art. 20*. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. Parágrafo único. Em se tratando de morto ou de ausente, são partes legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes. *Art. 21*. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma.

De acordo com a ANEL, na sua petição inicial,

> por força da interpretação que vem sendo dada aos referidos dispositivos legais pelo Poder Judiciário, a publicação e a veiculação de obras biográficas, literárias ou audiovisuais, tem sido proibida em razão da ausência de prévia autorização dos biografados ou de pessoas retratadas como coadjuvantes (ou de seus familiares, em caso de pessoas falecidas). [...] os dispositivos legais em questão, em sua amplitude semântica, não se coadunam com a sistemática constitucional da liberdade de expressão e do direito à informação. [...] a dicção que lhes foi conferida acaba dando ensejo à proliferação de uma espécie de censura privada que é a proibição, por via judicial,[16] das biografias não autorizadas. [...] as pessoas cuja trajetória pessoal, profissional, artística, esportiva ou política, haja tomado dimensão pública, gozam de uma esfera de privacidade e intimidade naturalmente mais estreita. Sua história de vida passa a confundir-se com a história coletiva, na medida da sua inserção em eventos de interesse público. Daí que exigir a prévia autorização do biografado (ou de seus familiares, em caso de pessoa falecida) importa consagrar uma verdadeira censura privada à liberdade de expressão dos autores, historiadores e artistas em geral, e ao direito à informação de todos os cidadãos. Em que pese o pretenso propósito do legislador de proteger a vida privada e a intimidade das pessoas, o alcance e a extensão dos comandos extraíveis da literalidade dos artigos 20 e 21 do Código Civil, ao não preverem qualquer exceção que contemple as obras biográficas, acabam por violar as liberdades de manifestação do pensamento, da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação (CF, art.5, IV e IX), além do direito difuso da cidadania à informação (art.5, XIV). De fato, a exigência de prévia autorização do biografado (ou de

16 A ADI indica três obras biográficas que foram censuradas judicialmente: a do jogador Garrincha; a do escritor Guimarães Rosa; e a do cantor Roberto Carlos.

seus familiares, em caso de pessoa falecida) acarreta vulneração da garantia da livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, que o constituinte originário assegurou de forma plena, independentemente de censura ou licença. As figuras públicas, ao adquirirem posição de visibilidade social, têm inseridas as suas vidas pessoais e o controle de seus dados pessoais no curso da historiografia social, expondo-se ao relato histórico e a biografias, literárias, dramatúrgicas e audiovisuais. Quanto a essas, por evidente, não há qualquer dúvida quanto à desnecessidade de seu consentimento para a elaboração de obras biográficas a seu respeito. A rigor, entretanto, a nenhuma pessoa, anônima ou conhecida, é conferido o direito de impedir a publicação ou a veiculação de obras biográficas, pelo simples fato de serem nelas retratadas. Com efeito, embora superada a fase da censura estatal, submeter a livre manifestação de autores e historiadores ao direito potestativo dos personagens biografados – ou de seus familiares, em caso de pessoas falecidas – configuraria verdadeira censura privada, igualmente banida pela Constituição de 1988. [...] biografias têm sido proibidas, em nome da proteção de sua vida privada e em função da ausência de seu consentimento (ou de seus familiares, quando já falecida). Em outras palavras, o Brasil é hoje um país onde somente as biografias chapa-branca têm vez. [...] Como a história de vida dessas personalidades públicas se confunde com a história coletiva, a ninguém é dado cogitar de deter o poder de submeter versões e relatos históricos à sua visão pessoal. Em outras palavras, o círculo de proteção da privacidade e da intimidade das pessoas públicas é proporcionalmente mais estreito na razão inversa de sua notoriedade.

A Anel solicita, por fim, que

seja declarada a inconstitucionalidade parcial, sem redução de texto, dos artigos 20 e 21 do Código Civil para que, mediante inter-

pretação conforme a Constituição, seja afastada do ordenamento jurídico brasileiro a necessidade do consentimento da pessoa biografada e, *a fortiori,* das pessoas retratadas como coadjuvantes (ou de seus familiares, em caso de pessoas falecidas) para a publicação ou veiculação de obras biográficas, literárias ou audiovisuais.

Em relação ao MS 30.952, este foi impetrado, em 3 de novembro de 2011, junto ao STF pelo Instituto de Advocacia Racial (Iara).[17] O cerne da questão envolve as obras do famoso escritor brasileiro Monteiro Lobato que, segundo a Iara, contém conteúdos racistas. A indignação do instituto diz respeito à homologação de um parecer favorável do Conselho Nacional de Educação, referente à utilização das obras de Monteiro Lobato como material didático, a despeito das alegações de que as obras contêm conteúdos preconceituosos.

De forma bem resumida, o instituto menciona, na petição inicial, alguns trechos da obra *Caçadas de Pedrinho*, de Lobato, considerados racistas, tendo por base a personagem Tia Nastácia:

> – Qual nada, *Sinhá! Insistiu a negra.* [...]
> – Lá é isso é – resmungou *a preta*, pendurando o beiço. [...]
> Só então a *pobre negra* se convenceu que tinha errado, [...]
> Tia Nastácia, esquecida dos seus números reumatismos, trepou, *que nem uma macaca de carvão*, [...]
> Uma velha *branca* e uma *velha preta*.
> A *negra*, que estava depenando uma galinha, [...].
> A *negra*, que nada sabia a respeito de rinocerontes, [...].
> E agora, *Sinhá? E agora Sinhá?*

---

17 Agradeço aos senhores Antonio Gomes da Costa Neto e Humberto Adami por gentilmente terem encaminhado, via e-mail, a petição inicial do mandado de segurança em análise.

A *negra* teve um faniquito dos de cari [...].

Desmaio de *negra velha* é dos mais rijos.

O tal de um chifre só na testa – respondeu a *negra*.

– É isso mesmo, *Sinhá – tornou a preta*.

Tia Nastácia, e ao vê-la sem rodela pensou que fosse cozinheira da gente do governo. [...] A *pobre preta* mal teve tempo [...]. Nossa Senhora [...] Venha ver, *Sinhá*!

O Instituto menciona ainda que

> não há como alegar liberdade de expressão em relação ao tema, quando da leitura da obra se faz referências ao *negro* com estereótipos fortemente carregados de elementos racistas, no mais, quando se aplicado em transmissão de conhecida para criança em fase inicial da educação.

Como já mencionado, o STF já se decidiu acerca da Reclamação 9428, porém, em relação às outras duas ações, ainda não proferiu decisão. No entanto, em outros casos, o STF já se manifestou acerca da temática, o que pode sugerir determinada orientação jurisprudencial do Supremo, como será visto logo abaixo.

Interpretação conferida pelo STF à liberdade de expressão do pensamento

O STF já se manifestou acerca da temática da liberdade de expressão do pensamento em inúmeros julgados, alguns se destacam. Importante decisão sobre a liberdade de expressão do pensamento foi proferida pelo STF no *Habeas Corpus* n.82.424-2 (Caso Ellwanger), em novembro de 2003, com a seguinte ementa:

> Liberdade de expressão. Garantia constitucional que não se tem como absoluta. Limites morais e jurídicos. O direito à livre expressão não pode abrigar, em sua abrangência, manifestações de conteúdo imoral que implicam ilicitude penal. As liberdades públicas não são incondicionais, por isso, devem ser exercidas de maneira harmônica, observados os limites definidos na própria Constituição Federal (CF, artigo 5º, §2º, primeira parte). O preceito fundamental de liberdade de expressão não consagra o "direito à incitação ao racismo", dado que um direito individual não pode constituir-se em salvaguarda de condutas ilícitas, como sucede com os delitos contra a honra. Prevalência dos princípios da dignidade da pessoa humana e da igualdade jurídica.

A decisão proferida na ADPF 130 (Lei de Imprensa), cuja ementa segue transcrita logo abaixo, em resumo, também sinaliza o entendimento da corte sobre a questão

> Regime constitucional da "liberdade de informação jornalística", expressão sinônima da liberdade de imprensa. A "plena" liberdade de imprensa como categoria jurídica proibitiva de qualquer tipo de censura prévia. A plenitude da liberdade de imprensa como reforço ou sobretutela das liberdades de manifestação do pensamento, de informação e de expressão artística, científica, intelectual e comunicacional. Liberdades que dão conteúdo às relações de imprensa e que se põem como superiores bens de personalidade e mais direta emanação do princípio da dignidade da pessoa humana. O capítulo constitucional da comunicação social como segmento prolongador das liberdades de manifestação do pensamento, de informação e de expressão artística, científica, intelectual e comunicacional. Transpasse da fundamentalidade dos direitos prolongados ao capítulo prolongador. Ponderação diretamente constitucional entre blocos de bens de personalidade: o bloco dos direitos que dão conteúdo à liberdade de imprensa e

o bloco dos direitos à imagem, honra, intimidade e vida privada. Precedência do primeiro bloco. Incidência *a posteriori* do segundo bloco de direitos, para o efeito de assegurar o direito de resposta e assentar responsabilidades penal, civil e administrativa, entre outras consequências do pleno gozo da liberdade de imprensa. Peculiar fórmula constitucional de proteção a interesses privados que, mesmo incidindo *a posteriori*, atua sobre as causas para inibir abusos por parte da imprensa. Proporcionalidade entre liberdade de imprensa e responsabilidade civil por danos morais e materiais a terceiros. Relação de mútua causalidade entre liberdade de imprensa e democracia. Relação de inerência entre pensamento crítico e imprensa livre. A imprensa como instância natural de formação da opinião pública e como alternativa à versão oficial dos fatos.

No REX 511.961 que tratou da exigibilidade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão, o STF determinou que

O jornalismo é uma profissão diferenciada por sua estreita vinculação ao pleno exercício das liberdades de expressão e de informação. [...] O jornalismo e a liberdade de expressão, portanto, são atividades que estão imbricadas por sua própria natureza e não podem ser pensadas e tratadas de forma separada. [...] As liberdades de expressão e de informação e, especificamente, a liberdade de imprensa, somente podem ser restringidas pela lei em hipóteses excepcionais, sempre em razão da proteção de outros valores e interesses constitucionais igualmente relevantes, como os direitos à honra, à imagem, à privacidade e à personalidade em geral. Precedente do STF: ADPF n. 130 [...].

Na Reclamação 9428, já mencionada no presente, assim deliberou o STF

Proibição de reprodução de dados relativos ao autor da ação inibitória ajuizada contra empresa jornalística. Ato decisório fundado

> na expressa invocação da inviolabilidade constitucional de direitos da personalidade, notadamente o da privacidade, mediante proteção de sigilo legal de dados cobertos por segredo de justiça. Contraste teórico entre liberdade de Imprensa e os direitos previstos nos arts.5º, incs. X e XII, e 220, *caput*, da CF. Ofensa à autoridade do acórdão proferidos na ADPF n. 130, que deu por não recebida a Lei de Imprensa. Não ocorrência. Matéria não decidida na ADPF. Processo de reclamação extinto, sem julgamento de mérito.

Verifica-se, diante do que foi transcrito, que o STF vem enfrentando a temática da liberdade de expressão do julgamento em diversos julgados ao longo dos últimos dez anos e algumas conclusões acerca da interpretação conferida pelo Supremo a esse direito fundamental podem ser extraídas.

Conclusões

Do que foi mencionado no decorrer do texto, pode-se concluir, mesmo que preliminarmente, tendo em vista tratar o presente de resultados parciais de pesquisa em andamento, que a interpretação do STF vacila em relação à liberdade de expressão do pensamento. Nos casos do *Habeas Corpus* n.82.424-2, do REX 511.961 e da Reclamação 9428, fica patente o entendimento de que esse direito fundamental não é absoluto, em especial, quando confrontado com os direitos da personalidade. Pode se aferir que nesses casos o STF adotou expressamente a teoria dos direitos fundamentais que reconhece a relatividade desses direitos quando em confronto com outros de igual envergadura.

Entretanto, no caso da ADPF 130, o entendimento do Supremo foi outro. Neste caso, houve uma inovação na interpretação, decidindo o STF por uma nova fórmula de contrastar a liberdade de expressão do pensamento com os direitos de per-

sonalidade. Trata-se da regra do reconhecimento da plena liberdade de expressão, devendo eventuais ofensas a direitos outros somente serem apreciadas após o exercício pleno da liberdade de expressão. Essa conclusão pode ser extraída do trecho da ementa do acórdão que determina que a liberdade de expressão tem precedência em relação aos direitos de personalidade. Aparentemente, neste caso, o STF adotou a *teoria libertária*, apresentada por Fiss (2005) em sua obra.

Em relação aos três casos analisados na presente, pode-se também concluir que o pedido formulado pela Anel está no mesmo compasso da decisão proferida na ADPF 130. A Reclamação n.9428, por sua vez, está de acordo como já dito com a clássica teoria dos direitos fundamentais e o pedido do Iara, está de acordo com o HC 82.424-2.

Observe-se por fim que o presente trabalho avalia estar caduca a decisão proferida pelo STF na ADPF 130, haja vista que cronologicamente o julgamento da Reclamação 9428 é posterior ao da ADPF, e ao que parece, no caso da Reclamação, o STF retomou a sua linha jurisprudencial em relação à liberdade de expressão do pensamento, reconhecendo a sua limitabilidade quando em confronto com outros direitos fundamentais, tais como a intimidade, a privacidade e a honra, respaldando, com isso, determinadas situações de censura judicial.

Referências bibliográficas

ARAUJO, L. A.; NUNES JUNIOR, V. S. *Curso de direito constitucional*. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

BINENBOJM, G.; PEREIRA NETO, C. M. da S. Prefácio. In: FISS, O. M. *A ironia da liberdade de expressão:* Estado, regulação e diversidade na esfera pública. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

BITELLI, M. A. S. *O direito da comunicação e da comunicação social*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

COMPARATO, F. K. *A afirmação histórica dos direitos humanos*. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2010a.

______. Prefácio. In: LIMA, V. A. de. *Liberdade de expressão* versus *liberdade de imprensa:* direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010b.

FISS, O. M. *A ironia da liberdade de expressão:* Estado, regulação e diversidade na esfera pública. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

KUCINSKI, B. Prefácio. In: LIMA, V. A. de. *Regulação das comunicações:* história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

LIMA, V. A. de. *Liberdade de expressão* versus *liberdade de imprensa:* direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010.

MENDES, G. F. Colisão de direitos fundamentais: liberdade de expressão e de comunicação e direito à honra e à imagem. *Revista de Informação Legislativa*, n.122, p.297-301, Brasília, maio-jul. 1994.

MORAES, A. de. *Direito constitucional*. 24.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PEREIRA, G. D. C. *Liberdade e responsabilidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

PIERANTI, O. P. Censura *versus* regulação de conteúdo: em busca de uma definição conceitual. In: SARAVIA, E.; MARTINS, P. E. M.; PIERANTI, O. P. *Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

SCHMITT, C. *Teoria de la constitución*. 6.ed. Madrid: Alianza, 2009.

SILVA, C. E. L. da. Censura judicial à imprensa no Brasil: autorregulação e maturidade democrática. *Ensaios do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais*, São Paulo, n.6, ago. 2010.

SILVA, J. A. *Curso de direito constitucional positivo*. 33.ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

Contribuições às políticas e estratégias de comunicação pública e democracia digital

Danilo Rothberg[1]

A comunicação de interesse público produzida pelos governos em âmbito federal, estadual e municipal tem sido, no Brasil, objeto de estudos que caracterizam sua evolução desde a redemocratização do país e investigam a atuação de assessorias governamentais na formulação de conteúdos e formatos midiáticos.

Menos estudada é a qualidade da informação provida por portais eletrônicos de governo, instrumentos de comunicação pública que parecem atuar no país em um relativo vazio de princípios, linhas de ação e orientações práticas. Embora tenham avançado de maneira significativa as iniciativas da academia e de órgãos públicos na direção de especificar como deve se dar o atendimento do direito à informação sobre gestão pública, um componente da cidadania nos sistemas democráticos contemporâneos, persiste um cenário de escassez de orientações mais substantivas.

1 Doutor em Sociologia pela Unesp. Professor do Departamento de Ciências Humanas, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: danroth@uol.com.br.

Este artigo revisita teorias e conceitos no âmbito das ciências sociais e sociais aplicadas, articulando-os a fim de oferecer uma contribuição à necessária definição de políticas e estratégias para as realizações no campo da democracia digital.

No percurso aqui oferecido, em primeiro lugar são revisados aspectos da comunicação pública na contemporaneidade. Em segundo, é delineado o papel da comunicação para sustentar a participação política e as formas de democracia deliberativa. Em terceiro lugar, aponta-se o potencial da comunicação pública para gerar capital social. Por fim, são oferecidas recomendações sobre como a criação e a execução de políticas públicas podem ser abordadas na comunicação pública digital para fundamentar sua avaliação pelos cidadãos em geral.

Comunicação pública na contemporaneidade

Um dos significados correntes de comunicação pública nas pesquisas da área se refere às ações comunicativas realizadas por governos a fim de transmitir informações úteis aos diversos segmentos sociais para facilitar o acesso a serviços públicos, proporcionar conhecimento sobre a atuação governamental na execução de políticas públicas, prestar contas e reconhecer o pertencimento à cidadania (Duarte, 2011).

Há, no entanto, diversas ressalvas que apontam a necessidade de considerar a comunicação pública no cenário contemporâneo como algo distinto das práticas realizadas historicamente no Brasil, que a associaram à publicidade de um governo em particular, destinada a maximizar a aprovação de determinadas ações de um mandatário com finalidades eleitorais (Brandão, 2009). Ao contrário, o conceito atual exige atender o interesse público com ações "para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas (*e*) o reconhe-

cimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social", constituindo uma "forma legítima [...] de um governo levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (Brandão, 2009, p.5).

Contemporaneamente, o fortalecimento da sociedade civil impõe a presença de outros atores na comunicação de interesse público, como terceiro setor, grupos organizados de pressão política e movimentos sociais. A comunicação pública passa a incluir tanto a dimensão governamental, que "trata dos fluxos de informações e padrões de relacionamento envolvendo o Executivo e a sociedade", quanto a dimensão política, que "diz respeito ao discurso e à ação na conquista de opinião pública em relação a ideais ou atividades que tenham relação com o poder", de maneira a permitir a "viabilização do direito social individual e coletivo à informação, à expressão, ao diálogo e à participação" (Duarte, 2011, p.126).

Ainda assim, o governo permanece na centralidade da realização das ações comunicativas. O investimento público na produção de fluxos de comunicação se justifica diante da seletividade com que operam as mídias comerciais, que dedicam um "lugar frágil" à vida cívica, e deve ser impulsionado pelo propósito de estabelecer relações de proximidade e diálogo capazes de fundamentar a oferta de serviços públicos mais eficientes, eficazes e efetivos (Zémor, 2009, p.231).

Nesta acepção, comunicação pública se distingue da radiodifusão pública (canais mantidos com recursos do contribuinte e administrados por entidades de caráter público), da comunicação política (realizada com recursos de doadores privados em períodos eleitorais) e da divulgação de interesse público promovida pelas mídias comerciais (sujeita às restrições impostas pelos critérios industriais de produção da notícia), segundo Brandão (2009) e Matos (2006).

A própria opção pelo uso da denominação *comunicação pública* "é resultado da necessidade de legitimação de um processo comunicativo de responsabilidade do Estado e/ou do Governo que não quer ser confundido com a comunicação que fez em outros momentos da história política do país", quando *marketing político* e *propaganda política* passaram a ser associados aos sentidos de persuasão e manipulação (Brandão, 2009, p.10).

Entre as várias funções atribuídas à comunicação pública pela literatura científica pertinente, destaca-se, no contexto aqui construído, aquela dirigida ao fortalecimento da cidadania enquanto direito à informação sobre gestão pública, disseminada com a finalidade de sustentar o engajamento político. Ou seja, não basta apenas dar ciência dos atos do poder público efetivados na forma de leis e regulamentos, divulgar instruções de acesso a serviços públicos e esclarecer a dinâmica dos poderes institucionais. Muito menos se pode aceitar a publicidade de ações de governo e promoção de imagem de mandatários, de resto uma prática coibida pela Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 18 (inciso XXII, § 1º) determina que a

> publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Cabe, enfim, considerar os cidadãos como sujeitos de direitos e deveres, que podem e devem colaborar na produção de soluções para os problemas coletivos, desde que munidos de informações com abrangência e profundidade adequadas (Haswani, 2006).

O *input* dos cidadãos é bem-vindo na medida em que contribui para promover eficiência de gestão, aspecto que, no Brasil,

compareceu ao eixo de sustentação teórica da reforma administrativa do Estado brasileiro promovida a partir da década de 1990 (Bresser-Pereira, 1998). "Democracia e eficiência são conceitos que passam a se interligar de maneira muito próxima a partir da perspectiva do novo modelo de gestão pública que pressupõe que o Estado é tão mais eficiente quanto mais democrática for a sua administração", segundo Novelli (2006, p.81), para quem a comunicação pública é chamada neste contexto a contribuir para o aprofundamento da governança democrática, tida como "capacidade democrática de estimular e viabilizar a participação efetiva da sociedade na elaboração e condução das políticas públicas" (Novelli, 2006, p.82). Participação e engajamento, estimulados pela comunicação pública, contribuem para a legitimidade das políticas escolhidas, o que tende a reduzir resistências e custos de implantação.

Não se pode ignorar, no entanto, a herança cultural contrária à afirmação de tal noção contemporânea, proveniente de uma história em que as "autoridades constituídas praticamente ignoravam a existência da sociedade situada fora das suas hostes apadrinhadas e, portanto, não desejavam nem necessitavam ser emissoras de mensagens para seu ambiente externo" (Haswani, 2006, p.38). Mas existem evidências de que a bem documentada tradição brasileira de insulamento burocrático tem sido transformada gradualmente, o que suscita expectativas otimistas quanto à expansão da comunicação pública para a cidadania e à crescente percepção da obsolescência da antiga função de promoção de imagem (Carvalho, 2007; Bresser-Pereira, 2007; Martins, 1997; Damatta, 2011). Também progressivamente, as profissões da comunicação são preparadas para a atuação sintonizada aos desafios do cenário contemporâneo, em particular as relações públicas, que englobam de forma sistemática em sua formação profissional os saberes relevantes à área (Kunsch, 2012).

Comunicação, participação e democracia deliberativa

Quando assume o propósito de fundamentar a participação política nos contextos democráticos deliberativos, a comunicação pública pode ser praticada em duas dimensões. Em primeiro lugar, está a dimensão ligada ao sentido usual de tornar comum determinada informação, fazê-la circular entre aqueles que podem se interessar ou beneficiar dela, de maneira atraente e acessível. Em segundo lugar, coloca-se a dimensão caracterizada pela existência de dispositivos e canais institucionalizados destinados a fomentar o debate, receber o *input* dos cidadãos na formulação de políticas públicas e a dar-lhes ciência sobre como sua contribuição foi ou não incorporada à determinada política.

Um extenso campo de pesquisa se abriu após o surgimento das tecnologias de informação e comunicação e o crescimento da contribuição que elas passaram a dar ao alargamento dessas duas dimensões (Rothberg, 2008). Embora a primeira dimensão seja pré-requisito da segunda, já que cidadãos informados podem contribuir com *inputs* melhores, a pesquisa científica na área de democracia digital tem, aparentemente, conferido maior atenção à segunda, em especial no âmbito da Ciência Política. Multiplicam-se, inclusive no Brasil, as investigações sobre formas de interatividade entre os eleitores e as instituições dos Poderes Executivo e Legislativo, que indicam o longo caminho ainda a ser percorrido para o aperfeiçoamento das relações virtuais (Coleman, 2004; Polat, 2005; Wiklund, 2005; Braga, 2007; Wright; Street, 2007; Sampaio; Maia; Marques, 2011, Faria, 2012).

A segunda dimensão se caracteriza por ser tributária dos avanços da teoria deliberativa da democracia, que reconhece nas tecnologias um meio de buscar a realização de elevados ideais democráticos, em particular no cenário contemporâneo caracterizado por Habermas (1992, p.445), em que a "homogeneidade

de convicções de fundo não pode ser encontrada e na qual o interesse de classe presumivelmente compartilhado deu lugar a um confuso pluralismo de formas de vida igualmente legítimas e competitivas". Em particular nesse contexto, "a formação democrática das vontades tem se tornado instrumental para a promoção da igualdade social no sentido da maximização da distribuição igualitária da renda nacional entre os indivíduos" (Habermas, 1992, p.445).

A abertura de situações nas quais os indivíduos podem deliberar em torno da formulação de políticas públicas não suscita necessariamente conflitos com as formas de democracia representativa, na qual "as decisões políticas são derivadas das instâncias formadas por representantes escolhidos por sufrágio universal", segundo Lüchmann (2007, p.139). As formas de democracia representativa, tipicamente centradas no processo eleitoral, e as experiências de democracia participativa se combinam e se articulam em arranjos inovadores que procuram assegurar a amplitude dos direitos coletivos sobre as decisões públicas (Dryzek, 2004; Bohman, 2009; Benhabib, 2009).

Para Lüchmann (2007, p.143), "a democracia deliberativa vai dar centralidade à questão da participação com base em uma nova concepção acerca da legitimidade política". As insuficiências da democracia representativa passam a ser notadas nos termos da "redução da legitimidade do processo decisório ao resultado eleitoral", de maneira que a saída proposta pelos instrumentos participativos de democracia deliberativa sustenta que a "legitimidade das decisões políticas advém de processos de discussão que, orientados pelos princípios da inclusão, do pluralismo, da igualdade participativa, da autonomia e do bem-comum, conferem um reordenamento na lógica de poder tradicional" (Lüchmann, 2007, p.143).

Reconhece-se, no âmbito teórico, que a formação política para o exercício da deliberação requer o atendimento do direito

à informação pelo aparato estatal, para que os posicionamentos individuais e coletivos sejam arquitetados com liberdade. Uma política construída através de deliberações exige a existência de uma "rede complexa de discussões e discursos na qual os cidadãos aprendam a construir argumentos, a se expressarem e a assumirem uma posição, justificando-a sempre que for necessário para chegar a uma compreensão mútua acerca de um problema público", segundo Marques (2009, p.20).

No âmbito da comunicação pública, a primeira dimensão apontada acima ainda se ressente de estudos que apontem as características da informação necessária a ser circulada para fundamentar a participação política. A contribuição do presente artigo se coloca neste contexto, que situa a comunicação pública como vetor de criação de capital social para o desenvolvimento.

Comunicação pública e capital social

A comunicação pública é considerada essencial para proporcionar o reconhecimento da cidadania porque tende a gerar vínculos capazes de contribuir para a ampliação de capital social. Segundo Matos (2011, p.44), "é correto afirmar que a comunicação da instituição pública se afirma como um elemento estratégico da mediação entre os atores cívicos e o governo, visando criar e/ou reforçar o vínculo social entre os parceiros da ação pública".

Capital social pode ser definido como a qualidade proveniente de relacionamentos sociais cooperativos que estimulam o fortalecimento dos direitos de cidadania, particularmente em sociedades que situam a participação popular e o engajamento político como prioridades nos processos democráticos de formulação, execução e fiscalização de políticas públicas (Putnam, 1995; Coleman, 1998; Marteleto; Silva, 2004; Fialho, 2008;

Furlanetto, 2008). A existência de capital social em uma dada sociedade tende a facilitar a adesão às leis e aos regulamentos públicos, o que conduz à eficiência da gestão pública. Quando os indivíduos têm a oportunidade de perceber seus interesses reconhecidos e defendidos pelas instituições políticas, tenderiam a se dedicar espontaneamente à consecução dos objetivos coletivamente assentidos, o que contribuiria para ampliar a riqueza econômica e o bem estar social.

Matos (2011, p.44) assinala que a comunicação pública "não deve ser reduzida apenas a um processo transmissivo e unilateral (envio de informações dos governantes para os governados)", uma vez que deve, diante das exigências da cidadania contemporânea, incluir a criação de espaços de interação e trocas comunicativas entre instituições políticas e sociedade.

Organizações privadas, comunidades, grupos sociais e indivíduos assumem responsabilidade compartilhada pelo sucesso de políticas públicas. Suas perspectivas devem ser consideradas desde o início da formulação de linhas de ação, e sua adesão aos objetivos coletivamente assentidos deve ser conquistada em um processo contínuo, no qual a confiança e o respeito mútuo se tornam atributos imprescindíveis. A comunicação pública adquire papel estratégico no processo de alimentação dos espaços de negociação entre os distintos agentes sociais, ainda que essa interação nem sempre se torne visível. O contexto é marcado por "processos de representação; espaços deliberativos sobre demandas sociais; relação entre interesses públicos e privados; e equilíbrio entre o mundo financeiro, o meio ambiente e a miséria" (Weber, 2011, p.102).

Neste sentido, assumem dois propósitos as realizações de comunicação pública digital criadas e mantidas por governos, de forma a constituir espaços de repercussão das arenas de negociação entre Estado e sociedade. Em primeiro lugar, disseminam informações, em linha com um conceito estrito da área,

que compreende a divulgação de dados sobre o desempenho de políticas públicas para que os cidadãos exerçam funções de controle e a fiscalização. Em segundo lugar, tornam públicas as estratégias que devem orientar a mobilização dos diversos atores sociais em torno de objetivos comuns, decididos em espaços de interação e negociação mantidos por conselhos de políticas, secretarias de governo, órgãos gestores etc. Estes, por sua vez, retornarão à esfera pública nos termos de um modelo comunicativo de democracia deliberativa, operado agora não somente pelas mídias comerciais, mas sim com a contribuição decisiva da comunicação pública, para socializar os termos dos acordos em vigor, atados a decisões sobre aspectos como planejamento de ações, procedimentos a serem empregados, compromissos acertados e resultados esperados (Habermas, 2006).

Nos termos de Habermas (2006, p.413), a legitimidade da democracia deliberativa depende de procedimentos para a "formação da opinião e da vontade que assegurem (a) publicidade e transparência ao processo deliberativo, (b) inclusão e oportunidades iguais à participação, e (c) considerações justificadas para resultados racionais". Este último aspecto exige, por sua vez, a disponibilidade de discursos que "mobilizem tópicos e reivindicações relevantes, promovam a avaliação crítica das contribuições e conduzam a reações de sim ou não racionalmente motivadas" (Habermas, 2006, p.413).

A criação de capital social se tornaria uma consequência da comunicação assim realizada. Afinal, "somente uma comunicação comprometida com o interesse coletivo (na origem) e com o benefício público (como meta), que pressuponha a acessibilidade, a participação, a negociação, a tomada universal e conjunta de decisões [...] poderá gerar capital social", segundo Matos (2009, p.131). Outros componentes do processo são "a transparência, a visibilidade, a livre expressão, o respeito ao pluralismo e a interatividade" (Matos, 2009, p.131).

O capital social também tem sido associado ao empoderamento (*empowerment*) de indivíduos, "em termos do aumento do nível de autoestima, autoafirmação e autoconfiança das pessoas", e ao empoderamento de comunidades, na forma da capacitação de grupos "para a articulação de interesses e a participação comunitária, visando à conquista plena dos direitos da cidadania, à defesa desses direitos e a influenciar as ações do Estado" (Baquero; Baquero, 2011, p.243).

A literatura sobre as potencialidades da internet para a maximização da comunicação do Estado com seus diferentes públicos já é razoavelmente extensa (Brito, 2006; Coleman, 2002, 2004; Coleman; Blumler, 2009; OCDE, 2003; United Nations, 2005; Prince, 2005; Wright; Street, 2007). Em geral, avalia-se que

> as novas tecnologias digitais interativas se apresentam como instrumentos estratégicos para a comunicação mais democrática de dupla-mão entre cidadãos e políticos, e entre cidadãos e governos. [...] Os novos canais facilitam e estreitam tais relações de formas antes impossíveis, com os cidadãos tendo acesso virtual direto aos seus representantes governamentais. (Brito, 2006, p.119)

Conclusões e recomendações

Este artigo revisou teorias e conceitos das ciências sociais e sociais aplicadas, como comunicação pública, participação política, capital social e transparência, a fim de indicar, do ponto de vista teórico, uma justificativa para se obter a maximização do potencial das realizações de comunicação pública para a afirmação da cidadania. Como conclusão do percurso teoricamente construído, são postas recomendações para a produção de portais eletrônicos de governo que atendam o contexto atual de exigências para a consolidação da democracia digital.

No Brasil, os manuais do Programa de Governo Eletrônico do Governo Federal que indicam padrões de produção *web* se caracterizam por sua generalidade, e não avançam na definição de requisitos claros de qualidade da informação (Brasil, 2010a; 2010b; 2009). Encontram-se ali trivialidades que repetem clichês do jornalismo comercial:

> tão comuns em peças impressas, os conteúdos que apresentam órgãos e entidades, assim como suas atividades, têm apresentação diversa no meio *on-line*. A informação na *web* chega a um público muito mais amplo, e merece um tratamento mais direto e objetivo. (Brasil, 2010a, p.32)

As indicações chegam a ser contraproducentes: "torne interessante, útil e prático o que muitas vezes poderia ser extenso e detalhado em excesso" (Brasil, 2010a, p.32). Não se trata, obviamente, de recusar uma orientação que reivindica objetividade e praticidade, mas sim de perceber que existe ali uma simplificação que revela ignorância sobre a especificidade da comunicação pública, que não exige meramente tornar útil a informação, mas sim aprofundá-la de acordo com os diferentes usos esperados na dimensão da cidadania.

Eventualmente, confunde-se comunicação de interesse público com propaganda de governo, como neste trecho:

> aspectos de redação *web* como persuasão e objetividade precisam ser ressaltados em páginas com conteúdos institucionais, já que elas devem funcionar como "cartões de visitas" de um sítio governamental – estes itens são, normalmente, os primeiros a serem acessados pelo cidadão. (Brasil, 2010a, p.32)

Em relação à usabilidade, também notam-se observações irrelevantes: "é também importante lembrar que, quando as pessoas

acessam um sítio da administração pública, elas estão com pressa e um objetivo definido. Não estão no sítio por diversão, mas com uma meta a cumprir" (Brasil, 2010b, p.10). Novamente, as orientações chegam a ser contraproducentes: "em resumo deve-se: reduzir a carga de informação; focar a atenção do cidadão ao objetivo (tarefa) da página ou serviço" (Brasil, 2010b, p.16).

E mesmo os conjuntos de orientações densas e abrangentes proveniente do World Wide Web Consortium (W3C, 2009) e da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2003), apesar de salientarem a relevância do governo eletrônico como fonte de subsídios à participação e ao engajamento, não se referem especificamente à qualidade da informação considerada para tal missão.

Evidencia-se, assim, uma escassez de orientações para a produção, pelos governos, de páginas *web* de comunicação pública pensada com a finalidade de subsidiar a avaliação de políticas públicas pelos cidadãos em geral. Diante desta lacuna, sugerimos, com a contribuição da literatura sobre avaliação de políticas públicas, especialmente Trevisan e van Bellen (2008), Faria (2005), Costa e Castanhar (2003), Carvalho (2003), Souza (2003) e Arretche (1998), uma lista de 12 categorias de informações que poderão ser observadas na gestão de comunicação pública digital se o objetivo for fundamentar a produção de opiniões informadas sobre a formulação e a execução de políticas públicas.[2] São campos de informações adequadas à tomada fundamentada de decisões públicas compartilhadas:

1. Antecedentes – São relevantes as informações sobre as condições sociais, econômicas, políticas e ambientais que antecederam e, portanto, motivaram a criação e a implementação de uma política.

---

2 Essas categorias foram inicialmente formuladas para análise empírica em Rothberg (2010).

2. Diagnósticos – Uma política pública é decorrente de determinada compreensão dos problemas a serem enfrentados, que envolve planejamento específico em função dos recursos materiais, financeiros e humanos disponíveis. É necessária a oferta de informações relacionadas ao possível diagnóstico que motivou a execução de uma política.
3. Objetivos – Os propósitos de uma política pública podem ser apresentados de forma a idealizar abstratamente um cenário genérico a ser atingido, não caracterizado necessariamente em termos quantitativos. Ainda assim, são ligados a motivações que tendem a representar aspirações sociais legítimas, daí a relevância de figurarem explicitamente.
4. Metas – Além de objetivos genéricos, uma política também deve possuir metas objetivas, possíveis de serem visualizadas em termos quantitativos e em escalonamento temporal. A presença de números, estatísticas e projeções é fundamental.
5. Recursos atuais e planejados – Sejam materiais, financeiros ou humanos, os recursos disponíveis para a execução de uma política pública devem ter sido dimensionados, e sua aplicação, programada. Em muitos casos, as políticas dependem de uma complexa mecânica de interação entre níveis de governo (municipal, estadual e federal) e, eventualmente, de alianças com setores sociais e empresas.
6. Ações atuais e planejadas – A partir dos recursos disponíveis, as políticas dependem de ações objetivas para sua implementação, muitas vezes distribuídas por diferentes instâncias de governo, como secretarias, fundações e autarquias, além de empresas licitadas e concessionárias. Informações sobre as ações que somente se tornaram possíveis com a adequada coordenação dos diversos

componentes permitem a visualização de significados mais gerais atribuídos como um todo à própria política.

7. Eficiência – A relação entre o esforço empregado na implementação de uma dada política e os resultados por ela alcançados deve estar clara ao público. Esta categoria envolve informações sobre, por exemplo, mecanismos destinados a coibir desperdícios e malversação de recursos.
8. Eficácia – A relação entre objetivos e instrumentos de um dado programa e seus resultados concretos deve estar clara ao público, na forma de informações sobre os reais impactos imediatos obtidos.
9. Impacto (efetividade) – São necessários dados que esclareçam a relação entre a implementação de um dado programa e seus resultados de longo prazo, nos termos de uma mudança consolidada nas condições sociais dos públicos-alvo.
10. Custo-efetividade – Informações sob esta categoria provêm de comparações hipotéticas entre políticas que poderiam ser alternativamente executadas com a mesma finalidade, permitindo um contraste entre a linha de ação efetivamente adotada e outras possibilidades rejeitadas, destacando-se as vantagens da política adotada.
11. Satisfação do usuário – Os dados abrangidos sob esta categoria provêm de avaliações da atitude dos públicos-alvo de uma dada política em relação à qualidade do atendimento oferecido, através de pesquisas sistemáticas de opinião ou de aferições do retorno espontâneo dos usuários.
12. Equidade – Sob esta categoria, torna-se relevante esclarecer a medida com que os benefícios de um programa foram ou serão distribuídas de maneira justa e compatível com as demandas sociais dos diferentes públicos-alvo.

Esta lista, embora não obviamente exaustiva nem definitiva, pode auxiliar a gestão da comunicação realizada na construção de páginas de *web* de governos que maximizem seus resultados, no sentido de ampliar as possibilidades trazidas pelas tecnologias de informação para a expansão da cidadania enquanto exercício do direito à informação sobre gestão pública.

A disponibilidade de dados relacionados a estas 12 categorias pode contribuir para o atendimento de aspectos normativos da comunicação pública nas democracias contemporâneas, que trazem exigências para a informação cumprir o papel de fundamentar o engajamento cívico e a participação política, além de favorecer a criação de capital social.

Obviamente, apenas oferecer informações não implica seu aproveitamento efetivo, dadas as limitações cognitivas de muitos usuários e o próprio cenário possível de escassez de motivações e interesse para se debruçar de maneira detida sobre um portal de governo, com a preocupação de buscar dados para construir posicionamentos. No entanto, a existência destes obstáculos não elimina a necessidade de portais confiáveis, capazes de proporcionar transparência de gestão pública e de promover a responsabilização de mandatários pelas políticas que executam. Ao contrário: as barreiras tornam mais urgentes os devidos aperfeiçoamentos, que ainda enfrentarão o complexo desafio de disponibilizar informação abrangente, de acordo com a lista acima, e inteligível e atraente o suficiente para fazer diferença na formação da cidadania.

Referências bibliográficas

ARRETCHE, M. Tendências no estudo sobre avaliação. In: RICO, E. M. *Avaliação de políticas sociais:* uma questão em debate. São Paulo: Cortez, 1998.

BAQUERO, M.; BAQUERO, R. V. A. Capital social e empoderamento como construtores de cidadania plena em sociedades em desenvolvimento. In: MARQUES, A.; MATOS, H. (Orgs.) *Comunicação e política:* capital social, reconhecimento e deliberação pública. São Paulo: Summus, 2011. p.231-254.

BENHABIB, S. Rumo a um modelo deliberativo de legitimidade democrática. In: MARQUES, A. C. S. (Org.). *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas:* textos fundamentais. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p.109-142.

BOHMAN, J. O que é a deliberação pública? Uma abordagem dialógica. In: MARQUES, A. C. S. (Org.). *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas:* textos fundamentais. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p.31-84.

BRAGA, S. S. Podem as novas tecnologias de informação e comunicação auxiliar na consolidação das democracias? Um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul. *Opinião Pública*, v.13, n.1, p.1-50, 2007.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.) *Comunicação pública:* Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009. p.1-33.

BRASIL. *Padrões web em governo eletrônico:* cartilha de redação web. Brasília, DF: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, 2010a.

______. *Padrões web em governo eletrônico:* cartilha de usabilidade. Brasília, DF: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, 2010b.

______. *Padrões web em governo eletrônico:* guia de administração. Brasília, DF: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, 2009.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Burocracia pública e classes dirigentes no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, n.28, p.9-30, 2007.

BRITO, J. A. P. Cibercidadania: a virtualização na Comunicação Pública contemporânea. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, v.3, n.4, 2006, p.107-123.

CARVALHO, J. M. Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. *Dados*, v.40, n.2, 1997.

CARVALHO, S. N. Avaliação de programas sociais: balanço das experiências e contribuição para o debate. *São Paulo em Perspectiva*, v.17, n.3-4, p.185-197, 2003.

COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, Chicago, v.94, Supplement: Organizations and institutions: sociological and economic approaches to the analysis of social structure, p. S95-S120, 1998.

COLEMAN, S. *Hearing Voices:* The Experience of Online Public Consultations and Discussions in UK Governance. Londres: Hansard Society, 2002.

______. Connecting parliament to the public via the internet: two case studies of online consultations. *Information, Communication & Society*, v.7, n.1, p.1-22, 2004.

COLEMAN, S.; BLUMLER, J. *The Internet and Democratic Citizenship:* Theory, Practice and Policy. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

COSTA, F. L.; CASTANHAR, J. C. Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos. *Revista de Administração Pública*, v. 37, n. 5, p.962-969, 2003.

DAMATTA, R. (Coord.). *Diagnóstico sobre valores, conhecimento e cultura de acesso à informação pública no Poder Executivo federal brasileiro*. Brasília: Controladoria-Geral da União, 2011.

DRYZEK, J. S. Legitimidade e economia na democracia deliberativa. In: COELHO, V. S. P.; NOBRE, M. (Orgs.). *Participação e deliberação:* teoria democrática e experiências internacionais no Brasil contemporâneo. São Paulo: Ed. 34, 2004. p.41-62.

DUARTE, J. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011. p.121-134.

FARIA, C. A. P. A política da avaliação de políticas públicas. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.20, n.59, p.97-109, 2005.

FARIA, C. F. S. *O Parlamento aberto na era da internet:* pode o povo colaborar com o Legislativo na elaboração das leis? Brasília, DF: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

FIALHO, F. M. As múltiplas definições do conceito de capital social. *BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, n.65, p.71-87, 2008.

FURLANETTO, E. L. Instituições e desenvolvimento econômico: a importância do capital social. *Revista de Sociologia e Política*, v.16, número suplementar, p.55-67, 2008.

HABERMAS, J. Political communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative

theory on empirical research. *Communication Theory*, v.16, n.4, p.411-426, 2006.

HABERMAS, J. Further reflections on the public sphere. In: CALHOUN, C. *Habermas and The Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, 1992. p.421-461.

HASWANI, M. F. Comunicação governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, v.3, n.4, p.25-39, 2006.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, H. (Org.). *Comunicação pública:* interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012.

LÜCHMANN, L. H. H. A representação no interior das experiências de participação. *Lua Nova*, v.70, p.139-170, 2007.

MARQUES, A. C. S. As intersecções entre o processo comunicativo e a deliberação pública. In: ______. (Org.). *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas:* textos fundamentais. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p.11-28.

MARTINS, H. F. Burocracia e a revolução gerencial – a persistência da dicotomia entre política e administração. *Revista do Serviço Público*, v.48, n.1, p.42-78, 1997.

MATOS, H. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011. p.39-59.

______. *Capital social e comunicação:* interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009. 278 p.

______. Comunicação política e comunicação pública. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, v.3, n.4, p.59-73, 2006.

MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ciência da Informação*, v.33, n.3, p.41-49, 2004.

NOVELLI, A. L. C. R. O papel institucional da comunicação pública para o sucesso da governança. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, v.3, n.4, p.75-89, 2006.

OCDE. *Promise and Problems of E-Democracy:* Challenges of Online Citizen Engagement. Paris, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2003.

POLAT, R. K. The internet and political participation: exploring the explanatory *links*. *European Journal of Communication*, v.20, n.4, p.435-459, 2005.

PRINCE, A. E-democracia y desarrollo: límites politológicos. In: FINQUELIEVICH, S. (Org.) *Desarrollo local en la sociedad de la información*. Buenos Aires: La Crujía, 2005, p.53-72.

PUTNAM, R. D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, v.28, n.4, p.644-83, 1995.

ROTHBERG, D. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. *Opinião Pública*, v.14, n.1, p.149-172, 2008.

______. Portais eletrônicos de governo e a contribuição da informação e da comunicação para a expansão da cidadania. *Anais do 34º Encontro Anual da Anpocs*. Caxambu, MG, 2010.

SAMPAIO, R. C.; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A. Deliberações ampliadas ou restritas: perspectivas de integração. *Comunicação & Sociedade*, v.32, n.55, p.203-229, 2011.

SOUZA, C. "Estado do campo" da pesquisa em políticas públicas no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.18, n.51, p.15-20, 2003.

TREVISAN, A. P.; BELLEN, H. M. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção. *RAP – Revista de Administração Pública*, v.42, n.3, p.529-50, 2008.

UNITED NATIONS. *UN Global E-Government Readiness Report 2005:* From E-Government to E-Inclusion. New York, 2005.

W3C. WORLD WIDE WEB CONSORTIUM. *Improving Access to Government through Better Use of the Web*. Disponível em: <http://www.w3.org/TR/egov-improving/#pe>. Acesso em: 11 mar. 2013.

WEBER, M. H. Estratégias de comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011. p.101-119.

WIKLUND, H. A Habermasian analysis of the deliberative democratic potential of ICT-enabled services in Swedish municipalities. *New Media & Society*, v.7, n.5, p.701-723, 2005.

WRIGHT, S.; STREET, J. Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society*, v.9, n.5, p.849-869, 2007.

ZÉMOR, P. As formas de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.) *Comunicação pública:* Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009. p.214-245.

A TV Digital aberta no Brasil: contextos sociais e tecnológicos desafiam a estrutura e modelo da nova TV

Francisco Machado Filho[1]

Introdução

A TV Digital aberta brasileira vem enfrentando problemas comuns à implantação de qualquer nova tecnologia, ainda mais em um país continental como o Brasil e com uma regulamentação do setor de radiodifusão que data ainda da década de 1960. Contudo, a TV privada brasileira tem adotado estratégias eficazes para a digitalização do sistema de transmissão dos sinais, a ponto de o governo federal alterar o cronograma de desligamento do sistema analógico e antecipar para 2015 o início do chamado "*switch off*"[2] em algumas cidades. Contudo, a implantação da TV digital no país não se resume ao padrão de transmissões do sinal. Há de se considerar os demais componentes que estão diretamente ligados à digitalização, tais como a interatividade e a convergência entre os meios e modelo de negócios, tópicos que serão foco da

1 Doutor em Comunicação pela Umesp-SP. Professor do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: fmachado@faac.unesp.br.

2 Termo em inglês que caracteriza o desligamento do sistema de transmissão analógico de radiodifusão.

análise do presente texto, levando-se em conta novos hábitos de consumo televisivo que estão se configurando em todo mundo, reflexo de uma nova sociedade pós-industrial. Essa nova realidade está colocando em xeque toda a estrutura que sustenta a TV comercial.

A possibilidade de distribuição de conteúdo audiovisual em larga escala em outras plataformas, além da TV aberta, é um fato significativo e coloca em evidência uma característica inerente à televisão aberta: a socialização do conteúdo. Porém, por conta da segmentação experimentada nos anos de 1990 e 2000, tanto pela popularização dos aparelhos de TV, bem como pela oferta da operação de programadores de conteúdos por cabos, a relevância da TV aberta pareceu ter diminuído. Se no início da história televisiva o ato de compartilhar a programação se dava no ambiente familiar, agora é por meio das redes sociais e em uma escala nunca vista. A chamada TV social, ato de compartilhar o conteúdo ao vivo ou não das emissoras aberta e por cabos nas redes sociais, é um fenômeno que tem impactado o mercado audiovisual nos Estados Unidos e se mostra bastante promissor também no Brasil. Dispositivos móveis como tablets, smartphones, notebooks etc. estão sendo utilizados ao mesmo tempo pelos espectadores enquanto assistem a seu programa predileto na TV. Convencionou-se chamar esses dispositivos de segunda tela por estarem sincronizados (ou não) com o conteúdo do programa que é exibido na tela da TV (primeira tela). Esse hábito já faz parte de 40%[3] dos norte-americanos, país em que a internet possui forte penetração na sociedade e os dispositivos móveis são mais acessíveis. No Brasil, isto ainda é tratado como novidade e algumas poucas iniciativas estão sendo oferta-

3 Informação verbal no Congresso da NAB (National Assossiation of Broadcasters), em 7 de abril de 2013. Las Vegas Convention Center – Las Vegas – Nevada/EUA.

das para os espectadores; contudo, aparenta ser uma tendência que será incorporada ao consumo televisivo por aqueles que possuem os aparelhos e acesso à internet via banda larga. Esses novos contextos, tanto o tecnológico quanto o social, precisam ser analisados com muito cuidado, pois representam um novo contexto no qual a indústria televisiva está inserida e que, ao mesmo tempo, impactam o modelo de negócios da TV aberta comercial brasileira, desafiando-o a continuar ser capaz de sustentar toda a estrutura que foi criada para viabilizar e gerar lucro no sistema analógico.

Portanto, é preciso cautela neste momento, evitando-se predições ou futurismo. Mas, em uma indústria que movimenta enormes quantias de dinheiro e tem um importante papel social e democrático, é prudente observar as tendências e os hábitos de consumo para que as estratégias e os investimentos possam ser feitos acertadamente. Assim, o que está em xeque não é a TV digital em si. Ela veio para ficar e, aliás, é muito bem-vinda. O que está sendo desafiado é o modelo de televisão que se consolidou no padrão analógico e tem sido transferido para a TV digital como uma cópia do modelo antigo em sua estrutura de programação e de negócios, apenas com a incorporação de alguma interatividade e alta definição. O ponto central deste artigo é analisar esse modelo atual de televisão, assim como se a convergência digital irá impor novos rumos para a TV digital e para a relação com sua audiência.

O modelo de negócios da TV aberta no Brasil

Qual é o negócio das emissoras de TV aberta? Produzir programas, educar, entreter, distribuir conteúdo? TV aberta no Brasil, por determinação da Lei n.4.117, de 27 de agosto de 1962, em seu artigo 6º, deve ser ofertada de forma direta e livremente

para o público. Com isso, cria-se a necessidade de um modelo de negócios que possibilite às emissoras se manterem economicamente viáveis. Assim o uso da propaganda entre os intervalos da programação veio se consolidando como um modelo de negócios que perdura até hoje. Quanto menor a audiência, menor o investimento em publicidade na televisão por parte dos anunciantes. Estes, por sua vez, acompanharão a audiência quando maior ela é ou quando a relação custo/benefício é mais eficaz, de modo que um número menor de espectadores de uma programação televisiva gera um espaço de veiculação de comerciais com um valor comercial menor. Essa estrutura de produção e distribuição de conteúdo das emissoras de TV foi formada para atender à demanda da audiência nascida na Era Industrial, que se baseava – e ainda se baseia – no número de pessoas sintonizadas no programa ou canal. Os excedentes produzidos nas fábricas encontraram na publicidade e propaganda uma forma muito eficaz de chegar ao público consumidor, e a indústria midiática se estruturou dentro desse modelo de negócios com vistas a atingir o público com mensagens publicitárias, alcançando um número cada vez maior de (tele)espectadores, leitores, ou ouvintes.

Mattos (2002) analisa a chegada da televisão no Brasil juntamente com o período pós-guerra, o início do processo de industrialização e o aumento demográfico das áreas urbanas nas principais cidades brasileiras. Em 1950, 20% da população viviam em área urbana. Já em 1975, esse número saltou para 60% e, em 2000, para 80% (Mattos, 2002, p.26). Em 2008, o percentual da população que vivia em área urbana subiu para 83,8%.[4] Nesse contexto, o consumo de produtos industrializados e o crescente aumento do mercado consumidor possibilitaram a entrada da televisão na sociedade brasileira, utilizando o modelo

4 Informação disponível em: <http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx>. Acesso em: 6 set. 2010.

de negócios já praticado nos EUA. A publicidade, já consagrada no rádio, aos poucos foi se transferindo para a televisão à medida que mais pessoas adquiriam o aparelho.

Mattos (2002) divide a história da TV no Brasil em seis fases distintas:

1 – a fase elitista (1950-1964): quando apenas poucas famílias de melhor condição financeira podiam arcar com o alto custo do aparelho;
2 – a fase populista (1964-1975): quando a televisão começou a alcançar a camada mais popular da sociedade e quando o governo militar passa a utilizar a televisão como forma de integrar o Brasil;
3 – a fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985): quando as emissoras investiram em tecnologia e profissionalismo, aumentando a produção de programas nacionais;
4 – a fase da transição e da expansão internacional (1985-1990): período que coincide com o fim do período da ditadura militar;
5 – a fase da globalização e da TV paga (1990-2000): a modernização do país segue a tendência da globalização dos meios de comunicação;
6 – a fase da convergência e da qualidade digital (2000): etapa ainda em construção, haja vista a introdução de novas tecnologias digitais e consolidação da TV aberta digital.

Contudo, as novas tecnologias de informação estão proporcionando profundas alterações em nossa sociedade. O trabalho organizado nas fábricas levou o indivíduo industrializado a um convívio social característico daquela época, e sua forma de consumir os produtos de mídia era bem similar e propenso a predições. Mas, iniciado o século XXI, as bases que forjaram

o indivíduo da fase industrial não são as mesmas que forjam o indivíduo pós-revolução industrial, pois o mercado de trabalho já não é o mesmo. O trabalho especializado deu lugar ao desempenho de papéis (Mcluhan; Staines, 2005): o indivíduo passou a desempenhar várias funções em maior ou menor grau. O receptor também passou a ser emissor de mensagens e um fenômeno passou a desafiar o sistema implantado na era industrial: a fragmentação da audiência.

Apesar de estarmos em um novo século, o período transicional que as tecnologias digitais estão promovendo em todas as sociedades, direta ou indiretamente ligadas a estas, originou-se entre o fim da década de 1960 e meados dos anos 1970 pela conjunção de três fatores, apontados por Castells (1999): a revolução tecnológica da informação, a crise econômica do capitalismo e do estatismo – e a consequente reestruturação de ambos – e o apogeu dos movimentos sociais. Castells (1999) afirma que a chamada Revolução da Informação não começou com o satélite e com a internet, mas foi expandida por essas tecnologias, alcançando dimensão global. Contudo, as alterações no indivíduo e na sociedade são anteriores a elas. A internet e a comunicação em rede permitiram que a velocidade das transformações da sociedade atual fosse maior do que as experimentadas no passado e que ela se tornasse um terreno fértil para que as duas principais características dessa nova era proliferassem e impactassem ainda mais a vida dos indivíduos: a flexibilidade e o envolvimento. Características que estão norteando as produções televisivas e as estratégias de programação e distribuição de conteúdo, sejam em dispositivos móveis, de segunda tela, TV conectada ou IPTV, na tentativa de atingir a audiência fragmentada, consequência da desindustrialização e das novas formas de trabalho e emprego. Assim, como a sociedade veio se alterando a partir do desenvolvimento tecnológico e se estruturando em algo novo e distinto da sociedade industrial, a comunicação também teve

um percurso histórico evidentemente ligado a esse contexto social e político que, atualmente, é caracterizado pela comunicação em rede.

A comunicação em rede propiciada pela internet está alterando a forma de comunicação entre os indivíduos, assim como a forma e hábitos de consumo de mídia. Assim, as estratégias de produção, comercialização, distribuição de conteúdo e engajamento da audiência que vigoravam para a comunicação de massa da era industrial não encontram espaço na comunicação em rede. O grande desafio dos veículos de comunicação hoje é: enquanto durar esse estado transicional, permanecer como um veículo estruturado nos paradigmas da era industrial e ao mesmo tempo atender a uma demanda crescente de produtos segmentados. Tudo isso em resposta a um público que não consome televisão da mesma forma que há vinte anos e, embora ainda pertença à massa consumidora e receptora de mensagens publicitárias, ao mesmo tempo se inter-relaciona e consome produtos comunicacionais por meio das redes sociais e pelas novas plataformas de distribuição de conteúdo altamente personalizantes e individualizantes. Em outras palavras, como deixar de ser um veículo de comunicação de massa para se tornar um veículo de comunicação de variados grupos (nichos) que formam essa nova massa social? Aliás, isto é possível na TV aberta?

Vilches (2003) também reconhece essa característica presente na comunicação em rede de computadores e a incapacidade das grandes mídias tradicionais em responder a essa nova realidade, pois, como afirma, a mídia tradicional sempre se constitui em grandes centrais de produção e difusão estáveis de mensagens para amplos grupos, com uma vasta infraestrutura física que impedia uma comunicação segmentada. "Entretanto, as audiências foram-se convertendo em grandes massas migratórias: hoje de um canal para outro; amanhã, de uma rede para outra" (Vilches, 2003, p.41). As emissoras de televisão em todo o mundo

perceberam essa mudança, não só as abertas, mas também as pagas. Alterações foram realizadas nessas plataformas e em suas estruturas de programação na tentativa de se recuperar índices de audiência que, aos poucos, caíam.

A partir de 1977, quando as emissoras de televisão aberta nos Estados Unidos começaram a perceber a queda na audiência (Dizard, 2000), ocorreram mudanças importantes na programação. Estruturas dos programas com o mesmo número de blocos e comerciais exibidos no mesmo horário em emissoras concorrentes, *merchandising* em programas ao vivo, ou não, foram algumas ações das emissoras na tentativa de minimizarem a perda de anunciantes nos intervalos comerciais. Também houve mudanças na programação, na linguagem e nos formatos dos programas, que buscavam se adequar à nova realidade. Os *reality shows* não são uma novidade na atual TV mundial; alguns programas nos EUA, como Cops (1989) e Real Word, da MTV (1989), fizeram sucesso na TV americana, mas foi a partir do ano 2000 que esse formato de programa se multiplicou e atingiu todo o globo. *Big Brother*, *Survivor* e *American Idol* são alguns exemplos de programas que ganharam franquia em todos os continentes.

Jenkins (2008) traz uma importante análise sobre os programas de *reality shows* em uma época onde o valor dos comerciais de trinta segundos está decrescendo sistematicamente na maior parte das emissoras abertas privadas. Esse tipo de programa está sendo usado para criar o que o autor denomina de uma economia afetiva, que "incentiva as empresas a transformar as marcas naquilo que uma pessoa do meio da indústria chama de *lovemarks* e a tornar imprecisa a fronteira entre conteúdos de entretenimento e mensagens publicitárias" (Jenkins, 2008, p.46). *Lovermarks* são aqueles que amam a marca, tornam-se fiéis ou, no caso de um programa de televisão, fãs. O sucesso dos *reality shows* está

intrinsecamente ligado à comunicação em rede e à interação das redes sociais, pois o programa não é sucesso apenas na televisão, mas também fora dela. Programas como *Survivor* geraram uma infinidade de comunidades na internet. Nelas, tudo era discutido, divulgado e retransmitido. Esses fãs dispersos pela rede amam a marca (no caso o programa), e *Survivor* tornou-se o primeiro caso de sucesso em que a mídia tradicional e mídia digital convergiram na comercialização de um produto. Essa convergência só foi possível devido à internet e ao perfil do novo consumidor de mídia: autônomo, colaborativo e veloz, tanto no consumo, quanto na produção de mensagens. Jenkins (2008) afirma que isso não é mera suposição; antes, é um fato possível de ser verificado, igualmente quando a "substituição de espectadores rurais por espectadores urbanos transformou o conteúdo da televisão nos anos 1960" (Jenkins, 2008, p.95).

No Brasil, esse cenário é ainda mais grave, pois a penetração do acesso à internet via banda larga e da televisão por cabos ainda é pequena se comparada ao mercado internacional, mas o crescimento constante dessa penetração terá como consequência uma divisão muito clara entre as classes econômicas no consumo dos programas televisivos. Assim, o desafio está lançado para uma mídia generalista como a TV aberta, obrigada a produzir programas para públicos muito distintos. De um lado, uma camada menos ativa economicamente, ainda longe da comunicação em rede e, portanto, afastada da lógica e das características dessa nova estrutura comunicacional que vem se formando em nosso meio. De outro, um público imerso nas tecnologias digitais com dispositivos móveis, aparelhos com alta definição de imagens, colaborativo e com padrão de consumo mais elevado. Quanto mais pessoas forem passando de um lado para o outro nessa equação, mais difícil será para as emissoras de TV aberta se manterem economicamente viáveis.

A convergência digital

Em 1995, Nicolas Negroponte lançou o livro *A vida digital* com várias ideias e hipóteses que marcaram aquela época. A convergência digital vinha sendo anunciada como o capítulo final da história das mídias. Muitos pregavam que, a partir de certa data, todos os conteúdos de imagem, som e texto, seriam disponibilizados em um único aparelho.

> O resultado é um tipo novo de híbrido eletrônico, o telecomputador. Sendo um aparelho voltado para o consumidor, o telecomputador acabará por substituir os televisores antiquados, e também os computadores pessoais, aparelhos de videocassete, máquinas de jogos, toca-discos digitais e outros dispositivos eletrônicos que atravancam os lares americanos. Os televisores serão transformados de receptores passivos de imagens distantes em instrumentos interativos de multimídia, capazes de lidar com todos os tipos de serviços de vídeo, dados ou som. (Dizard Jr., 2000, p.54-5)

Não foi exatamente desta maneira que os acontecimentos se deram, mas a realidade hoje chegou bem perto. Não temos um aparelho central nos domicílios capaz de aglutinar todos os outros veículos. Possuímos, sim, vários aparelhos que nos possibilitam estarmos conectados às redes sociais e ao consumo de qualquer mídia. Percebemos que a convergência digital é algo diferente de apenas uma mesma máquina agregar vários tipos de mídia que anteriormente possuíam sua própria plataforma. A convergência não é apenas uma questão tecnológica e midiática. A convergência passa a ser uma questão cultural, na qual os hábitos dos indivíduos mudam e, da mesma maneira, toda relação entre o indivíduo, a mídia e entre nós mesmos.

> Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mer-

> cados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. [...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e suas interações sociais com os outros. (Jenkins, 2008, p.27-8)

Para Jenkins (2008), a questão da convergência das mídias faz surgir uma nova cultura. Se a era da mídia analógica foi denominado pela pesquisadora Lucia Santaella de a *Cultura das mídias* em seu livro publicado em 1992, a era digital e da convergência das mídias é denominado, também em livro, como a *Cultura da convergência*, por Henry Jenkins, pesquisador do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). A diferença fundamental entre os dois conceitos se baseia no comportamento do consumidor. Se para Santaella (2003) a cultura das mídias se diferia da cultura de massa, na qual as mídias ocupavam o lugar das fábricas na moldagem dos aspectos culturais do indivíduo e na qual o cidadão comum se via passivo devido às limitações da própria mídia, agora, na cultura da convergência, o papel principal das mudanças está no indivíduo ativo e participativo, devido às novas características midiáticas: a interatividade, afirma Jenkins (2008).

A mudança central está no fato de que o individuo possui diversas formas e ferramentas para buscar a informação que deseja ou o entretenimento que deseja. E ele quer fazer isto de forma rápida e segura. E isto ocorrendo, muda completamente o atual modo de produção midiática e o modo como a indústria midiática veicula suas mensagens. E não apenas isso. A publicidade que financia toda essa indústria também terá de encontrar novos modos de sedução e persuasão para vender seus produtos.

> A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (Jenkins, 2008, p.41)

Apesar de as emissoras de TV aberta em todo mundo estarem enfrentando queda nos números de audiência, no Brasil a situação é contraditória. As emissoras brasileiras ainda desfrutam de uma posição confortável em relação aos investimentos publicitários em TV, pelo menos a TV Globo, quem em 2012 foi a oitava empresa no país com maior lucro.[5] Mas até quando? A resposta não pode vir baseada em experiências próprias ou implicitamente favoráveis à manutenção do modelo de negócio tradicional. A TV aberta é extremamente dependente dos investimentos publicitários na compra de espaço nos intervalos entre a programação. Com a fragmentação da audiência, esse modelo dá sinais de desgaste e vem se tornando cada vez mais caro para os anunciantes, pois para atingir um número maior de espectadores o planejamento de mídia tem de ser cada vez maior, com mais inserções de comerciais e em programas ainda com altos índices de audiência. Mas esse não é o único desafio que as novas tecnologias estão impondo às emissoras de TV aberta. Como uma tempestade que se forma no horizonte e vem crescendo, avolumando-se até que não haja outra saída a não ser procurar um abrigo seguro, o maior desafio ao modelo de negócios da TV aberta ainda está por vir, pelo menos no Brasil, visto que ainda estamos na fase de transição tecnológica. O desafio é a mudança

---

5 Informação disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/meio_e_mensagem/em_pauta/2013/06/26/Globo--8-maior-lucro-do-Pais.html>. Acesso em: 17 nov. 2010.

por completo do conceito da publicidade de massa, o que altera a lógica do mercado. Se na era industrial o conceito de massa baseava-se em anúncios que eram "empurrados" pelo anunciante para os espectadores, na era da informação os anúncios são "puxados" pelos usuários, atendendo uma personalização que é impossível de ser alcançada pelas emissoras de TV aberta.

Negroponte (2003) já havia tratado desta relação (empurrar *versus* puxar) na publicidade tradicional e *on-line*. Uma publicidade veiculada na televisão é empurrada para os telespectadores, que contam apenas com o controle remoto para fugir da mensagem publicitária ou, então, com os gravadores de vídeo. Mas no mundo *on-line* não é assim: por mais que um anúncio apareça na tela, para que a mensagem se concretize, o usuário deverá clicar nele. Com isso, "puxará" para o computador desse usuário as informações complementares do anúncio. Esse novo conceito de publicidade de massa é que está possibilitando a segmentação nas mensagens publicitárias. Se uma forte tendência da comunicação em rede são os vídeos sob demanda, a publicidade também o é, se não for esta, aliás, a grande força impulsionadora da segmentação.

No modelo tradicional de publicidade de massa, a lógica pode ser descrita pelo argumento de Anderson (2009, p.35):

> O antigo modelo de transmissão era, basicamente, este: irritar 90% de seu público que não está interessado em seu produto para atingir os 10% que podem interessar-se [...]. O modelo do Google faz justamente o contrário: utiliza um *software* para exibir o anúncio apenas para as pessoas para as quais ele é mais relevante. Perturbar apenas os 10% do público que não estão interessados para atingir os 90% que estão.

E mais: a personalização é tão grande que os anúncios mostrados juntamente com os termos das pesquisas são diferentes

para cada usuário, baseados em seus históricos de navegação colhidos pelos buscadores como o Google e demais serviços *on-line*. Além deste fator, a interatividade quebra o fluxo da programação retendo a atenção do usuário e fazendo que o nível de atenção para com os comerciais veiculados na TV diminua. Principalmente com o advento dos dispositivos móveis (tablets, smartphones etc.) e os aplicativos de segunda tela.[6]

A interatividade

Atualmente, o termo "interativo" tem sido usado para tentar descrever qualquer coisa ou sistema que permite ao usuário algum nível de participação ou de suposta participação, chegando até mesmo à banalização. "A noção de interação surgiu na Física e depois foi incorporada pela Sociologia e pela Psicologia" (Santaella, 2004, apud Silva, 2000, p.97). O dicionário Houaiss[7] apresenta as seguintes definições:

- Qualidade de interativo
- Capacidade de um sistema de comunicação ou equipamento de possibilitar a interação
- Rubrica: informática. Ato ou faculdade de diálogo intercambiável entre o usuário de um sistema e a máquina, mediante um terminal equipado de tela de visualização.

O termo ganhou projeção com o advento da internet, mas também com a televisão aberta e seus programas ditos "interativos", mesmo quando a interação se resumia apenas às respostas dos telespectadores por telefone a uma determinada questão

6 Informação disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-advento-segunda-tela-como-a-tecnologia-tem-alterado-o-paradigma-do-telespectador/58923/>. Acesso em: 24 jun. 2013.

7 Informação Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=interatividade&stype=k&x=12&y=8>. Acesso em: 24 jun. 2013.

(Fantástico/TV Globo) ou eliminação de participantes (Big Brother Brasil/TV Globo). Contudo, a interatividade prevista pelo governo federal e que pautou a escolha do padrão de transmissão na TV digital ainda não foi incorporada em larga escala pelas emissoras de abertas, e uma das causas principais desta afirmativa se baseia no não comprometimento do fluxo da programação. A interatividade foi anunciada como um fator primordial na diferenciação entre a TV digital e a TV analógica. Mas a interatividade ainda não correspondeu às expectativas criadas em torno do serviço. É consenso que a interatividade é uma boa oportunidade de negócios para a TV aberta, apenas ainda não se descobriu o melhor modelo para utilização deste recurso. O que podemos aferir é que duas correntes principais estão se chocando, o que pode estar contribuindo para o atraso nas aplicações interativas em larga escala na TV aberta. De um lado, temos aqueles que acreditam (ou gostariam que assim fosse) que a interatividade deve estar relacionada ao conteúdo, ou seja, o telespectador poderá interagir de alguma forma com o conteúdo e participar da construção da linguagem televisiva. Becker (2009) chama essa possibilidade interativa referente ao conteúdo de "conteúdo fortemente acoplado", ao qual "a aplicação completa de informações e dados do conteúdo audiovisual, inclusive, precisando dele para fazer sentido" (2009, p.52). Já a outra corrente investe na interatividade por meio de serviços adicionais, utilizando a televisão apenas como uma simples plataforma que possibilita ao espectador um suporte para outras atividades. Becker (2009) define essa plataforma como TV Ativa: "nessa categoria a interatividade está descorrelacionada dos programas de TV" (2009, p.55).

Porém, enquanto fabricantes, emissoras de TV e governo discutem a utilização do Ginga (*software* que permite a interatividade no padrão nipo-brasileiro de TV digital), as empresas de informática estão ofertando programas, aplicativos e disposi-

tivos que permitem o uso da interatividade sem que ela seja um elemento contrário ao fluxo da programação das emissoras abertas. Conteúdos desenvolvidos para a segunda tela estão sendo desenvolvidos e disponibilizados para os telespectadores que navegam na internet em suas redes sociais, fazendo ressurgir um fenômeno que no passado foi muito característico da transmissão analógica: o consumo de televisão em um ambiente social. Hoje, no mundo *on-line*, a TV social surge como consequência da interação entre os indivíduos na web e seu programa televisivo preferido, fazendo com que, em alguns casos, a audiência dos canais abertos aumente.

> Os consumidores relatam que a experiência de sincronização para TV torna-os mais propensos a prestar maior atenção ao programa, aumentando assim o seu envolvimento com o conteúdo ou com a publicidade, o que os mantém sintonizados por mais tempo no mesmo canal. (Jones, 2011)[8]

Este novo hábito de consumo irá movimentar no mercado americano cerca de US$ 6 bilhões de dólares em 2017.[9] Os dispositivos de segunda tela poderão ser uma alternativa para o uso da interatividade na TV comercial, com um modelo de negócios estabelecido e que viabilize sua utilização pelas emissoras. No Brasil, as iniciativas em conteúdo para a segunda tela estão apenas no começo. Atualmente, o Jornal da Cultura, o SBT, a Band e o canal pago AXN possuem programas com conteúdo para a segunda tela.

8 Informação Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-advento-segunda-tela-como-a-tecnologia-tem-alterado-o-paradigma-do-telespectador/58923/>. Acesso em: 24 jun. 2013.

9 Informação verbal no Congresso da NAB – National Assossiation of Broadcaster – Sessão Building a Successful 2nd Screen Strategy and Platform. Las Vegas Convention Center, Las Vegas/EUA, em 7 de abril de 2013.

Considerações finais

Chegará o momento em que as emissoras de TV aberta no Brasil serão obrigadas a lidar com as consequências que a inovação tecnológica está provocando. Como elas não são detentoras exclusivas da inovação, nada podem fazer para frear as mudanças. E, o que é pior, a grande inovação que diz respeito à TV digital fora do contexto das emissoras abertas é que, em breve, não haverá distinção da plataforma de distribuição, seja por ar, satélite, cabos ou internet. Dito isso, qual será o negócio das emissoras de televisão aberta no futuro? Conforme analisado acima, o novo contexto social e tecnológico está corroendo o atual modelo de negócios das emissoras abertas de televisão privada com níveis diferentes de país para país, o que concede às emissoras abertas no Brasil um tempo precioso para adaptação a um cenário negativo no futuro. A transformação na sociedade e, por conseguinte, a concorrência na distribuição do conteúdo audiovisual são os maiores desafios enfrentados pelas emissoras de televisão aberta brasileiras. Essa é uma luta difícil de ser vencida, pois, para a TV aberta, há pouco mercado para crescer. Ou seja, no Brasil, 94,7% dos domicílios possuem pelo menos um aparelho de televisão. O teto já foi atingindo, somente resta manter os índices de audiência ou vê-los cair – e os índices tem caído. Para exemplo, a comparação entre janeiro/agosto de 2011 com janeiro/agosto de 2013, mostra que os telejornais das principais emissoras do país perderam significativa audiência. O Jornal Nacional perdeu 12% no período.[10] Situação diferente das operadoras de TV por cabos e acesso a internet via banda larga, que vem crescendo continuamente no Brasil. "Nos últimos dez

---

10 Dados consolidados do Ibope entre janeiro e agosto em 2012 e 2013. Disponível em: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2013/09/17/jornais-da-tv-tem-queda-recorde-de-ibope-a-culpa-e-da-internet-opine.htm>. Acesso em: 25 set. 2013.

anos, o acesso à TV por assinatura no país mais que quadruplicou, passando de 3,2 milhões de clientes (2002) para 16 milhões (novembro de 2012)".[11]

Assim, a ênfase do modelo de negócios baseado na distribuição do conteúdo não fornecerá no futuro os mesmos dividendos de hoje, e a estrutura financeira das emissoras poderá ser comprometida. É exatamente este posicionamento das emissoras que deve ser estudado: deslocar a ênfase do modelo de negócios da **distribuição** de seus próprios conteúdos para a **produção** de conteúdos para veiculação em outras plataformas. Ou seja, produzir conteúdo para que seja distribuído por terceiros, em outras plataformas além da TV aberta, mesmo que ela não tenha participação nas empresas que irão distribuir o conteúdo produzido. Esse reposicionamento diante o mercado afetará toda a estrutura televisiva, tanto administrativa, quanto produtiva, provocando uma série de mudanças que criará um novo modelo de negócios e um novo papel para a indústria de televisão aberta no país.

Esses são aspectos estruturais que as emissoras de TV aberta podem observar com mais cuidado como alternativa para o modelo atual. É bem certo que outras ações deverão ser pensadas. O importante é que o momento requer alternativas. É preciso estabelecer estratégias antes que a situação se complique ainda mais, o que geralmente leva a situações drásticas de rompimento com o modelo antigo. Este artigo nasce nesse contexto, com a pretensão de abrir o caminho para essa discussão que está bem longe de se encerrar.

A TV brasileira é considerada uma das melhores do mundo e sua penetração em nossa sociedade e seu papel social contribuem para com a nossa sociedade democrática. Portanto, é vital que a televisão aberta encontre modelos de negócios respaldados

---

11 Disponível em: <http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp>. Acesso em: 25 set. 2013.

por uma legislação atual e que proteja o sistema de radiodifusão brasileiro da pressão dos conglomerados internacionais de comunicação e das empresas de telecomunicações que cada vez mais se especializam na distribuição de conteúdo audiovisual. Este estudo não tem a pretensão de esgotar o tema, muito pelo contrário, abre caminho para que mais pesquisas possam ser realizadas aprofundando o caso brasileiro e, a partir daí, subsidiar gestores das emissoras de televisão, legisladores e a sociedade civil em suas ações e estratégias dentro dos rigorosos padrões científicos, deixando de lado questões puramente ideológicas e/ou comerciais.

Referências bibliográficas

ANDERSON, C. *Free: grátis:* o futuro dos preços. Trad. Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BRASIL. *Código Brasileiro de Telecomunicações*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117.htm>. Acesso em: 25 set. 2013.

BECKER, V.; ZUFFO, M. K. Interatividade na TV digital: estado da arte, conceito e oportunidades. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). *Televisão digital:* desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

CASTELLS, M. A cultura da virtualidade real: integração da comunicação eletrônica, o fim da audiência de massa e o surgimento de redes interativas. In: ______. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003. p.413-466.

______. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

DIZARD Jr., W. *A nova mídia*. Trad. Antonio Queiroga e Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

MATTOS, S. *A história da televisão brasileira:* uma visão social, econômica e política. 2.ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1996.

MCLUHAN, M; STAINES, D. *McLuhan por McLuhan:* entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização. Ediouro: Rio de Janeiro, 2005.

NEGROPONTE, N. *A vida digital.* 2.ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

SANTAELLA, L. *Cultura das mídias.* 3.ed. São Paulo: Experimento, 2003.

______. *Navegar no ciberespaço:* o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo. Paulus, 2004.

______. *Cultura e artes do pós-humano:* da cultura das mídias à cibercultura. 2.ed. São Paulo: Paulus, 2003.

VILCHES, L. *A migração digital*. Trad. Maria I. V. de Lopes. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003.

O jagunço eletrônico: patrimonialismo, mídia e democracia no Brasil

Heloisa Pait[1]
Ruan Sales[2]

> Vê que aqueles que devem à pobreza
> Amor divino, e ao povo, caridade,
> Amam somente mandos e riqueza,
> Simulando justiça e integridade.
> Da feia tirania e de aspereza
> Fazem direito e vã severidade.
> Leis em favor do Rei se estabelecem;
> As em favor do povo só perecem.
>
> Luís de Camões

Donos do poder

Minha leitura, um pouco tardia, da principal obra de Raymundo Faoro, *Os donos do poder*, causou-me uma pequena depressão. Os embates da democracia brasileira eram travados

1 Doutora em Sociologia pela New School for Social Research. Professora do Departamento de Sociologia e Antropologia da Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC), Unesp, câmpus de Marília. E-mail: heloisa.pait@gmail.com. Comentários em primeira pessoa se referem a sua experiência pessoal.
2 Mestrando em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC), Unesp, câmpus de Marília.

então com um inimigo muito mais esperto, de raízes sólidas e modernas, do que eu imaginava. Daqueles inimigos que não se chocam conosco de frente; o patrimonialismo, diz Faoro, abraça calorosamente a própria democracia que apenas potencialmente o ameaça.

Meu desânimo físico veio do fato de que, mesmo não tendo sido parte da geração que lutou de frente com a ditadura, sou parte da população brasileira que convive diariamente com os desmandos do poder e a falta de propósito da burocracia estatal. Tenho a lembrança vívida de, ao tentar usar os recursos educacionais da USP em toda a sua extensão, cursando disciplinas optativas em outras unidades que não a que eu estava matriculada, a partir de uma portaria que, se não me falha a memória, era a 3046, me deparar com a má vontade de burocratas e mesmo de um professor, que ainda encontro aqui e ali: "Mas você é economista; o que quer fazer aqui? Meu curso é para as ciências sociais, nada disso".

As teorias tantas lidas durante meu curso de graduação e depois não explicavam a cena acima. O interesse próprio, dramas emocionais, culturas tradicionais, nada disso explica um professor negar a um aluno o conhecimento desejado. Fracassava eu naquele diálogo e fracassava o magnífico reitor autor da portaria. Quem era então que mandava? Teorias gerais sobre a linguagem ou sobre formas sociais poderiam me mostrar mecanismos de interação, mas não o fato em si daquela liberdade de aprender ser coibida, que é incompreensível e permaneceu assim para mim por décadas. Imaginem só as brigas que comprei apenas perguntando por quês em minha vida universitária. E imaginem só como teria sido distinta minha trajetória se o professor, apoiado no balcão branco onde tomava um café quando o abordei sorridente perguntando se poderia cursar sua disciplina, tivesse conclamado seus colegas e dito:

> Amigos, me ajudem a explicar a essa jovem que estamos numa universidade moderna, e que nós professores compreendemos perfeitamente a necessidade da jovem de expandir seu conhecimento além das fronteiras disciplinares. E que além disso sabemos que a estudante poderia, com seu conhecimento econômico, trazer novas perspectivas à discussão em sala de aula, mas que apesar de tudo temos que impedir esse fluxo livre de ideias, e isso não é por alguma superstição ou atraso que será minorado com o tempo, pois, como disse, essa é uma instituição moderna, bem financiada, e que conta com uma liderança comprometida com o desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo e do Brasil.

E se ele continuasse, diretamente a mim:

> O fato, jovem, é que desde a colonização brasileira um grupo bastante articulado, herdeiro dos gestores dos grandes descobrimentos marítimos portugueses, tem mandado no Brasil. Para Faoro, cuja leitura indico com urgência antes que você se debata desnecessariamente por aí, esse grupo, o estamento, finca raízes no Estado e daí subordina classes sociais e grupos de interesse. Ao contrário da elite, ele não apenas se destaca de um grupo com o qual tem afinidade, mas ele se separa da população em geral guardando lealdade apenas para si. Não sendo arcaico, a modernização não o pega desprevenido; ele se adapta aos novos tempos, trazendo para si quando necessário mas nunca representando, ou seja, nunca reconhecendo como autônomos os cidadãos e suas organizações, das quais tira o sustento.

Eu ficaria pasma com a aula informal, mas ele, tolerante, pediria paciência. "Que tem isso a ver com minha disciplina?", eu ia querer saber.

> O que tem a ver com sua disciplina é que para o seu próprio bem você deve criar laços de solidariedade com os seus, e aí quando

> necessário nós nos digladiaremos por verbas públicas, contratações e comendas, você com os seus e eu com os meus, e cultivaremos apenas laços internos, que por sua vez serão às vezes amigáveis e às vezes não. E cada professor buscará manter, para si e para seu grupo, um certo monopólio do saber, flexível o suficiente para que se adapte à evolução de sua disciplina mas não tanto que permita uma real transformação no estado das artes, pois para que isso seja possível seria em grande parte necessário destruir esse sistema que é nosso amparo profissional e de vida. Assim é com a atividade social e econômica em geral e assim também será na nossa querida universidade. Temos licenças para ensinar em áreas específicas, outorgadas pelo Estado, que não vou sair por aí distribuindo a esmo. Dúvidas?

"A portaria do reitor, professor. Essa é minha dúvida." E ele apenas aí me viraria a cara, como de fato fez, respondendo: "Ah, o reitor manda tanto aqui quanto o rei de Portugal!". Eu não teria entendido completamente a palestra naquele momento, confesso. Como é que o reitor não manda nada? Que identidade de grupo tão sólida é essa, em torno de que se dá? Por que o interesse competitivo, de dar a melhor aula, publicar os textos mais interessantes, não se sobrepõe a tudo isso? Por que a ética profissional e o argumento racional não contam? Mas o professor não me indicou leitura alguma, que só fui fazer recentemente, leitura essa que me tirou todas essas dúvidas e me deixou assim cabisbaixa, por ter visto essa luta que é minha e que o leitor – trabalhador, empresário ou profissional liberal – também terá semelhantes como uma luta já em grande parte fadada ao fracasso.

Ideias no lugar

Se houvesse ideias fora de lugar, poderíamos consertá-las; o interessante em Faoro é que ele explica a raiz do poder estatal

brasileiro sem recorrer a contradições que podem ser desfeitas potencialmente – não há nada errado com o Brasil que possa ser botado no lugar (Faoro, 1975). Para Roberto Schwarz, ao contrário, há um descompasso entre a ideologia liberal importada e nossa realidade nacional (Schwarz, 1973). Outros autores vão também insistir na particularização do caso brasileiro; na economia, é conhecido o conceito de "capitalismo tardio", que, além de pouco explicar, também não é muito fiel aos fatos, pois o Brasil é inventado como parte do comércio mundial português – mais moderno impossível. Simon Schwartzman, importante leitor de Faoro, chama a atenção para a necessidade de não particularizarmos excessivamente o caso brasileiro (Schwartzman, 1988). Há raízes históricas para o patrimonialismo brasileiro, mas esse pode aparecer e provavelmente aparece em outras situações concretas. E, não havendo nada errado, nada absolutamente excepcional, é preciso encarar os fatos como eles são, mesmo que isso nos desanime enquanto cidadãos, para poder esclarecê-los.

Schwartzman também avança em relação à contribuição de Faoro ao analisar o jogo das estruturas de poder regionais ante o patrimonialismo. Ele coloca de lado a velha dicotomia moderno *versus* tradicional, que não serve para entender o Brasil, uma vez que no Brasil o que se chama de tradicional é em geral apenas o moderno que não foi para a frente e não a sociedade primitiva antes de trombar com o moderno. Tradicional então é a cultura de Minas, no período descrito, ou a sociedade nordestina. Daí a força do tradicional brasileiro, que não é rural, não é incipiente, não é ingênuo – não é dissolvido pelo capitalismo, como o foi o feudalismo europeu. A melhor forma de entender o Brasil seria analisando os vários diálogos entre o patrimonial (esse "tradicional" moderno) e o liberal, entre cooptação e representação, como se assistíssemos a um campeonato de xadrez no qual cada região disputa uma partida própria.

No caso de São Paulo, desde a maior autonomia colonial, que permitiu a invenção de uma nova cultura exploradora junto à população indígena local, até a agricultura cafeeira moderna e a industrialização do século XX, o desejo de representação é mais forte. Há recursos que permitem uma autonomia diante do Estado e há também uma ideologia – muitas vezes vista no resto do país como arrogante e incômoda – que prega a responsabilidade individual. Isso não torna São Paulo uma ilha liberal – é São Paulo que paradoxalmente mais se beneficia dos estímulos federais ao desenvolvimento –, e liberais também há e houve no resto do país, especialmente com relação à abolição da escravidão. É possível até que no estranho debate atual sobre as cotas raciais na universidade estejamos revivendo antigos debates mal compreendidos, de caráter político e regional. O fato é que há diferenças regionais importantes, mas não determinantes, na visão do Estado e especialmente na relação entre Estado e sociedade. A tarefa então não é bater de frente com o estamento, mas analisar suas técnicas, seus discursos e seus modos de operação, para que possamos compreendê-lo e, na hora de enfrentá-lo, fazê-lo sem ingenuidade.

O estamento, para Faoro, não é simplesmente um grupo coeso, com valores comuns e indiferente ao interesse alheio. Sua presença dentro do Estado é crucial aí. Aqui e ali vemos grupos de caráter estamental, que entram em nossa análise apenas para contrastar. Penso no caso do *lobby* das armas, nos Estados Unidos, por exemplo, que a certa altura se descolou de sua base original: americanos que gostam de ir à floresta caçar. O NRA passou a criar uma nova base que não tem uma relação, passada de pai para filho, com o esporte ou com a natureza, mas sim um encanto com a arma em si. Também parece ter um caráter estamental, ainda pensando nos Estados Unidos, a cultura bancária criada nas últimas décadas, descomprometida com a vida econômica do país ou com a segurança do sistema financeiro. Mas,

por mais que essa cultura bancária lance tentáculos ao Estado, cooptando agentes reguladores, ela não o fará completamente, pois seja através de eleições, de pressão pública ou de choque de interesses dentro do Estado, outros setores sociais lhe servirão de contraponto. Isso me lembra a reação do professor Afonso Celso Pastore quando diziam que a loteria é um imposto regressivo: "Mas ninguém é obrigado a jogar na loteria!", ele dizia levantando a voz, exasperado. A diferença entre o estamento impondo leis de dentro do Estado e um grupo coeso e sem princípios tentando fazer valer sua vontade é a mesma que há entre um imposto e um jogo eletivo.

Não teria graça examinar as formas puramente estamentais no Brasil; apenas confirmaríamos a tese de Faoro. De que nos serviria, por exemplo, examinar o inchamento da máquina pública? Ou fazer um estudo da cultura dos funcionários do escritório especial da Secretaria da Presidência da República em São Paulo ou Altamira, no Pará? Por curiosidade, telefonei para o número de Altamira listado no site da Secretaria, inexistente. Em Brasília, encontrei uma secretária que sabia o que era o escritório especial, por quem fui tratada com sarcasmo, interrogações e uma prédica sobre a vida na cidade paraense. Quem eu era? Por que queria saber o que faz o escritório especial? Eu tinha consciência do que se passava em Altamira? O Estado é de propriedade do estamento; a comunicação é apenas uma satisfação dada ao eleitor; o questionamento é uma afronta.

Sociologicamente, seria interessante examinar instituições e culturas que ficam no fio da navalha entre liberalismo e patrimonialismo. Talvez aqui a sociologia formal de Simmel nos ajude, apesar de ser tão distinta a sociedade que ele examinou. A cidade europeia moderna também era cheia de desafios para a análise, e Simmel tem uma fascinação com dualismos que pode nos servir. As formas sociais que o pensador berlinense examina condensam forças opostas (Simmel, 1987). O dinheiro,

por exemplo, faz a mediação entre relações pessoais de troca e impessoais, permitindo que nós habitantes da cidade moderna nos relacionemos de modo pessoal com estranhos. A prostituta é o caso mais agudo desse dilema estrutural, mas todos nós profissionais nos entregamos de alma a pacientes, alunos e clientes de modo geral em relações que têm data para acabar. A moda, para Simmel, é também resultado de uma tensão entre querer ser igual ao grupo e dele se diferenciar; o estrangeiro é aquele que é de fora mas é daqui ao mesmo tempo; e assim por diante. A forma social de Simmel não resolve contradições, mas expressa concretamente dilemas que se encontram de modo fluido na sociedade. Não está claro que vetores usar na análise: interesse de grupo e interesse geral (ou individual)? Talvez coesão (estamento) e dispersão (sociedade em geral)?

Será mergulhando em fenômenos sociais concretos que conseguiremos desenhar melhor a forma do patrimonialismo brasileiro de hoje, que ora parece questionado e ora reforçado por nossa modernidade "emergente". A seguir vamos examinar brevemente três experiências brasileiras em que o dilema entre racionalidade estamental e liberal se mostra mais interessante: a trajetória de um partido, o PMDB, e seus desdobramentos; a própria USP, mencionada no início do artigo; e a cultura da nova enciclopédia colaborativa, a Wikipédia. Claro que cada um desses fenômenos mereceria não alguns parágrafos, mas uma pesquisa inteira; aqui apenas sugerimos o que esses estudos poderiam nos revelar sobre nossa cultura política.

Três mistérios

Seria preciso fazer um exame detalhado da história do liberalismo no Brasil para poder entender onde ele está hoje. Ao contrário do que diz Schwartz, o liberalismo não está nas camadas

ilustradas da sociedade, mas sim na prática cotidiana desse povo que, como analisa DaMatta e vê qualquer um, sempre dá um jeitinho (DaMatta, 1982). O africano que cultua suas divindades através das oficiais ou que manda tudo para os ares e se aquilombola, o judeu converso que mantém sua "capelinha" familiar para não precisar receber comunhão, o bandeirante que primeiro faz e depois pergunta, e assim por diante. Os sacrifícios e as humilhações que um americano tolera para manter seu emprego superam em muito, talvez em parte por causa da situação econômica atual, mas apenas em parte, o que aguenta um trabalhador brasileiro antes de pedir as contas batendo a porta. O que nos falta são exatamente os direitos liberais declarados no debate público, explícitos em propostas de governo e formalizados em leis.

Essa ausência de articulação liberal talvez ajude a explicar os descaminhos do PMDB e seus desdobramentos desde a transição democrática. O brilhante artigo de Mark Osiel nos dá algumas pistas, resgatando a trajetória do advogado Raymundo Faoro em prol do restabelecimento da ordem democrática no Brasil (Osiel, 1986). As ideias liberais serviram para dar forma à oposição ao regime ditatorial; pedia-se o "fim do arbítrio", que era uma palavra difícil de pronunciar, mas que teve ressonância na esfera pública da época exatamente por não ter substância, por não pretender dar direção ao país. A forma de governo é que importava. Mesmo que tenha sido a ação liberal quem deixou para trás a ditadura – o tecer paciente de acordos no Congresso, o convencimento eleitoral, o uso metódico de brechas da censura, a continuidade da vida profissional ética, a paulatina organização da sociedade civil –, quem de fato "levou" foi uma versão democrática do antigo poder estatal, seja por causa de demandas sociais concretas que se faziam ouvir, seja pela reacomodação dos mesmos grupos à nova ordem política.

É verdade que num período curto, que agora parece nem caber direito na nossa história, o PSDB conseguiu emplacar um

governo liberal, com concessões limitadas ao poder oligárquico regional e à ideia de social democracia europeia. Mas, paradoxalmente, na campanha eleitoral pela reeleição, em 1998, espantava o número de vezes que se ouvia o presidente Fernando Henrique prometendo dar, fazer, construir e conseguir. Falando como um Odorico Paraguassu sem humor, desdizia o que havia feito pelo Brasil em termos de permitir que os cidadãos tomassem as rédeas de suas vidas e, talvez ali, já selasse sua herança maldita por ele e seus amigos mais que pelos adversários. Por que o pudor antiliberal se a ditadura brasileira foi estatista e se, contra americanos e ingleses, ao contrário de nossos vizinhos, nunca tivemos nada? E quais as consequências dessa mania de buscar o meio termo quando falamos de coisas sérias, como a liberdade de expressão?

Examinar a fundo a presença do discurso e da prática liberal no partido que conduziu a transição democrática para depois jogar o país numa inflação de laboratório, botou o país nos trilhos e recusou-se a assumir esse "ônus" – essa seria uma pesquisa compensadora para entendermos onde se encontra a relação entre Estado e sociedade no Brasil. Veja que quando falamos em meio-termo não nos referimos à experiência social democrata dos países escandinavos, que muito prezam as liberdades de imprensa, de expressão e de informação. O problema não é a social-democracia em si, mas usar o discurso social-democrata para comprometer a cidadania com a lógica patrimonialista.

O exame de algumas outras instituições seria tão desafiador quanto o do partido político descrito. A USP, por exemplo, criada como resposta da elite paulista ao poder central, que acaba se alinhando com a ideologia varguista e o projeto desenvolvimentista, seria um excelente objeto de estudo, sobre o qual escrevi em outro lugar (Pait, 2013a). Peça-chave da economia da região e metódica orientadora do pensamento acadêmico, empregando professores de renome internacional que não podem lhe

organizar o trânsito, a USP é um mistério em funcionamento (Pait, 2006).

Um outro estudo que poderia ser realizado nessa linha de pesquisa é o da enciclopédia colaborativa *on-line* Wikipédia. Lida e editada por lusófonos, a presença dos brasileiros, entusiasmados partícipes do diálogo *on-line*, dá o tom da versão em português da enciclopédia global. Nesse projeto tão pouco hierárquico, onde o saber é construído aberta e coletivamente, eis que um grupo muito aguerrido "toma conta", impedindo com reversões de edições e simples eliminações de artigos a entrada de novos editores. O resultado prático é que a versão em português acaba não sendo tão rica quanto a em inglês ou outras línguas, apesar dos esforços da Wikimedia Foundation. Sociologicamente, a Wikipédia pode nos contar um pouco sobre a cultura estamental em "estado puro", ou seja, quando nem o poder nem o dinheiro a justificam, e sobre seu choque com os valores da própria instituição, além de iluminar nossos dilemas em empreendimentos globais, onde várias práticas e culturas se encontram. Mas, como dissemos, essas são sugestões de pesquisa mais que análises completas, que ficam para uma próxima oportunidade.

Modos de análise

Os meios de comunicação estão também nesse fio da navalha e penso que erra quem busca encaixá-los num ou noutro polo. Seu papel só pode ser compreendido se os virmos como algo que emerge de dentro da sociedade e espelha e repõe seus dilemas. Não é fácil, pois os meios de comunicação são eles mesmos parte do que Simmel chama de *Vergesellschaftung*, ou seja, a constituição do social. Os meios de comunicação não apenas espelham alguma faceta social (ou a reforçam), como um livro em particular

talvez reflita ou construa um aspecto de uma cultura, mas eles constroem culturas inteiras – no caso do livro em geral, estimulando a leitura, o raciocínio abstrato e o debate interpretativo. Ou seja, os meios de comunicação forjam culturas, mas são instituições eles próprios, tais como um partido ou universidade. São, digamos, tanto a estrutura de um sistema solar, quanto um planeta específico deste sistema.

O Brasil de hoje é parte da guerra em torno da liberdade de expressão e em especial da liberdade de expressão na internet que se trava no resto do mundo. Estão aqui todos os atores que se encontram, de uma forma ou de outra, em outros países. Jovens que colocam a vida em risco se manifestando em blogs e ativistas pela liberdade de expressão dos mais diversos tipos, *lobbies* de empresas de comunicação tradicionais que buscam garantir e defender direitos comerciais e representantes eleitos que mal leem os projetos que apresentam, agentes de segurança que querem ter o máximo de informação a seu dispor sem as inconveniências de pedidos judiciais e pesquisadores tentando entender essa nova selva social, e assim por diante.

Com a nova pujança econômica no Brasil, o barateamento dos computadores e do acesso à internet, o volume de informações disponíveis gratuitamente ou por preço reduzido, o aumento significativo da população com educação superior e a exposição principalmente desta população a formas sociais mais liberais, é natural pensar que a pressão pela liberdade de expressão aumente exponencialmente. Mas se esses fatores criam condições para que os indivíduos tenham muito a perder com as restrições à liberdade, eles só serão traduzidos numa ação articulada se essa ação lhes fizer sentido, e aí esbarramos numa questão eminentemente política.

Um modelo para se entender esse emaranhado é o de Habermas, que coloca os meios de comunicação como um possível caminho para a redenção a que o proletariado não levou (Haber-

mas, 1995). É um modelo abrangente e poderoso, que serve para entender a riqueza e os limites do diálogo público. O modelo da Escola de Toronto, entretanto, acentua outra faceta dos meios de comunicação (Watson; Blondheim, 2008). Marshall McLuhan e Harold Innis procuram compreender como o próprio social é forjado pelos meios de comunicação. A constituição do nacional, o modo como organizamos nossas ideias, a nossa noção de tempo ou espaço – tudo é marcado pelas tecnologias que usamos para falar uns com os outros. Nossas relações sociais são elas mesmas já construídas pelos meios de comunicação – o que, aliás, é sempre complicado para a sociologia mais tradicional, que preferiria analisar o "Facebook" como algo que é sobreposto a um social dado.

Se o modelo habermasiano sugere uma dicotomia na qual de um lado estava a sociedade civil e a mídia e de outro o Estado, onde a sociedade civil lutaria pela transparência e pelo diálogo aberto, o modelo de Toronto pode desenhar um quadro mais complexo, especialmente se tomarmos as contribuições de James Carey (1992). Pois para gerir um Estado Nacional são necessários meios de comunicação adequados que façam chegar o Estado ao país. Quando Faoro fala de um grupo gestor que ordena as navegações e o comércio português, ele se refere a um grupo letrado e capaz de manejar informações e cálculos. E que decerto compreende a importância do fluxo de informações para seu desenvolvimento. Talvez – seria preciso verificar – na Europa mais atrasada o valor da imprensa tenha sido percebido pela crescente população burguesa antes do que para o Estado... Ou seja, exatamente por que o Estado português é moderno ele se apropriaria das tecnologias de comunicação antes da sociedade. No resto da Europa, a invenção de Gutenberg pega os Estados nacionais ainda em processo de formação, e além disso a popularização das editoras e a formação de um mercado de livros é muito rápida (Febvre; Martin, 1997). Para nós aqui importa que,

antes de compreender o jogo político maior envolvido nos meios de comunicação é preciso entender a cultura que se forja em torno de uma técnica comunicativa nova.

Palavra aberta

Quem lê o livro *Síndrome da mordaça*, uma coletânea de artigos sobre a censura no Brasil ao longo da história, se dá conta de seu glorioso passado (Melo, 2007). "Censura" pode ser entendida como não deixar passar isso ou aquilo, por ser imoral ou contrário ao governo. Mas a narrativa original de nossos meios de comunicação – a chegada da imprensa nos navios que traziam D. João VI ao Brasil – indica uma relação mais complexa entre poder e meios de comunicação. Talvez seja preciso entender os meios de comunicação, na prática e no discurso, como parte do Estado patrimonial – ou ao menos como local de confronto entre formas liberais e estamentais de poder e não, como no modelo de Habermas, entre sociedade civil e Estado. A imprensa a serviço do Estado – talvez esteja aí o mote de nossa relação com os meios de comunicação e a chave para compreender os dilemas contemporâneos. Novamente, nos servimos de Faoro: não é arcaico falar em meios de comunicação a serviço do Estado, mas apenas patrimonial...

Estamos dizendo que a chave para compreender a situação atual dos meios de comunicação no Brasil é analisar a função que estes possuem dentro do Estado patrimonialista e, sem dúvida, em oposição a ele também, como instituição híbrida. Claro que a internet vira tudo do avesso, especialmente por seu caráter global e anônimo. O "quem é você?" intimidador da secretária da Presidência fica menos audível na internet de bilhões de usuários, e não é à toa que num desses projetos apresentados no Congresso sugeriu-se a criminalização do anonimato e do uso

de pseudônimo – veio-me à cabeça *O federalista*, mas o leitor deve ter sua obra favorita escrita sob pseudônimo. Não é sempre que o desejo censor vai prevalecer, pois a lógica não é a do não, e sim a lógica do Estado. Só assim podemos compreender o apoio do governo atual, de tantas iniciativas nitidamente patrimoniais, à Lei de Acesso à Informação. Assim como D. João VI trazendo a bordo a tipografia real, ou como o general Ernesto Geisel vazando notícias de corrupção para a imprensa sob censura para que um mínimo de racionalidade administrativa fosse alcançado, os meios de comunicação se fazem hoje necessários ao Estado.

É preciso contar com a sociedade na administração pública, e é para isso que os dados se abrem. Fuçando gastos exagerados ou cobrando realizações de obras, não estamos só exercendo direitos de cidadão, mas também ajudando um monstro governamental a se gerenciar, o que ele é incapaz de fazer sozinho. Os atritos inevitáveis entre o chefe de governo e uma estrutura administrativa corrupta e ineficaz são transferidos para a sociedade vigilante; o estamento fica assim isento de conflitos internos. O segundo escalão desse estamento, potencialmente exposto ao vexame pela nova transparência, pode se articular em defesa da censura, o que é realmente perigoso para a liberdade de expressão. Mas a lógica central não está numa figura patética como o deputado Eduardo Azeredo ou na aprovação silenciosa da Lei Carolina Dieckmann em defesa dos atores sem roupa. A lógica central não é censora, a censura apenas nos distrai. A lógica é manter o poder dentro do estamento, porém usando a sociedade civil para não matar a galinha dos ovos de ouro. Abrir dados e intimidar com a criminalização do uso da internet faz do cidadão um vigilante intimidado, que presta serviços públicos, mas sem ameaçar a ordem estamental. E isso tudo mesmo que a informação pública não seja em si mesma uma concessão; ela pertence ao público, à esfera pública, ainda que gerada, produzida, compilada, que seja, por órgãos e agentes estatais.

Na falta de um discurso liberal coerente, que tenha ressonância junto à população, tal como foi o discurso pelo "fim do arbítrio" dos anos 1970, e que possa unir jovens ativistas e empresários da comunicação, intelectuais e políticos, classe média emergente e cosmopolitas de Ipanema, o que se vê é uma fragmentação de interesses desanimadora. Será que o Instituto Palavra Aberta, apoiado pelas empresas de comunicação, vai defender a palavra aberta na internet? Será que os ativistas da internet terão respeito pelo negócio da comunicação, tão essencial para sua independência diante do Estado que muitas vezes exige pagar advogados que defendam seus jornalistas? Os intelectuais órfãos do pai regime militar e mãe Rede Globo (seus alvos de crítica favoritos) vão conseguir elaborar adequadamente o luto (a perda desses alvos de crítica), compreender o potencial democrático da internet livre e finalmente contribuir para a criação de uma cultura do diálogo vibrante? Enquanto a visão patrimonial dos meios de comunicação, que ressalta o valor da informação para o Estado e não para o país em geral, prevalecer, a resposta é não. Provavelmente o lodo em que se encontra a votação do Marco Civil da internet, que poderia afastar o risco da criminalização do uso da rede, reflete a ausência de princípios liberais básicos que o norteiem. E nessa ausência quem acaba levando a melhor são os grupos mais organizados, sejam patrimoniais, de interesse ou simplesmente autoritários.[3]

O que estamos propondo aqui então, de modo muito modesto? Faoro traçou uma linha do tempo do Estado patrimonial, consolidado com a Revolução de Avis, ao final da Idade Média, que chega ao Brasil capitalista e democrático dos anos 1950. Mostrou a perene subordinação das classes e das elites, de Portugal e do Brasil, a um grupo coeso agindo de dentro do

3 Esse texto foi submetido em abril de 2013. Para um texto que incorpore as manifestações de junho, veja "Abismo exposto" (Pait, 2013b).

Estado, que o tolera mas não respeita. Schwartzman coloca o estamento no mapa, mostrando a importância das diferenças regionais nos choques entre este grupo e os interesses sociais autônomos. Estamos propondo trazer os novos meios de comunicação, com a alteração em percepções espaciais e situações sociais que acarreta, para a análise. O poder do estamento e a cultura da qual se alimenta não são fixos; eles têm história e ocupam lugares. Mudanças nos meios de comunicação também lhe abrem possibilidades e criam obstáculos. Entender o poder hoje no Brasil continua exigindo a análise do estamento; mas entender o estamento hoje exige uma compreensão dos meios de comunicação, suas novas articulações entre transparência e segredo, seus novos atores e práticas.

Biblioteca Brasiliana

Mas não há por que fechar esse artigo com pessimismo, num país com tamanho potencial democrático. A mudança nas condições sociais no Brasil nesta última geração são inegáveis. A capacidade, especialmente dos jovens, por conta do acesso à informação e à educação e da exposição a outras realidades sociais, em desenhar seus próprios destinos, é impressionante. Hannah Arendt, a respeito do aparentemente inesgotável poder soviético, já havia dito que cada geração traz um novo quadro de possibilidades (Arendt, 1958) e é algo semelhante que estamos vendo hoje no Brasil. É fácil ver nos "jagunços eletrônicos", ou seja, na mídia financiada pelo Estado para defender seus privilégios, um sinal de que nossa democracia ainda tem muito chão para correr até se consolidar. Mas estes são apenas jagunços – seja a serviço do Poder Executivo ou dos partidos –, apenas concessões de um poder central a grupos locais irrelevantes, e será um erro nos distrairmos com eles assim como estavam errados os analis-

tas que viam um feudalismo brasileiro nos coronéis regionais. Quando vemos Luís Nassif na blogosfera ou Eduardo Azeredo no Congresso, é preciso respirar fundo e nos perguntar: que sons estão abafando com esses tiros todos ao alto?

O som óbvio é o das negociatas escandalosas. Mas há um outro também, que é o das inúmeras novas teias comunicativas que se forjam no Brasil de hoje, consigo mesmo e com o exterior. Aí sim Habermas e seu conceito de esfera pública deve ser utilizado, pois a capacidade articuladora no cidadão comum é de fato potencializada por meios de comunicação ubíquos. Grupos sociais que seriam marginais ganham visibilidade e tiram proveito também da nova visibilidade estatal e social que novas formas de organização da informação permitem. Os próprios representantes políticos, em parte cúmplices do estamento, e em parte também vítimas dele, podem começar a usar os meios de comunicação não apenas como *marketing* para um público incauto, mas também para criar laços efetivos com a população representada. Por que ainda não o fizeram é também tema de pesquisa, pois tudo indica que usam os novos meios de comunicação como se fossem antigos, mantendo hierarquias desnecessárias. Sem tomar a iniciativa nesse processo, o Poder Legislativo corre o risco de se tornar o elo frágil do estamento – o representante da falta de representação das instituições democráticas, digamos, o ícone facilmente exibido, inclusive nos programas humorísticos, do descaso do Estado. E aí ele perde a oportunidade de ser a voz da sociedade no diálogo com o Estado.

Mas mesmo que ainda não haja, por parte destes representantes, um desejo muito claro de uso efetivo dos novos meios para o fortalecimento do diálogo público, o fato é que esse diálogo está, aos trancos e barrancos, acontecendo. É da própria natureza da linguagem e dos meios material que a sustentam que, uma vez aberto o espaço comunicativo, seu controle se torne muito difícil. As interpretações se somam umas às outras, os

questionamentos aparecem, novas ideias são incorporadas por atores que nem sabíamos estar no palco. Assim, mesmo que de modo fragmentado e incompleto, estamos conhecendo mais, através dos programas cômicos e das petições *on-line*, das trocas de e-mails e de *tweets* e de discussões em blogs e no Facebook as pessoas em quem votamos. Estamos compreendendo como pensam, mais do que lendo as páginas de jornais estabelecidos que se acostumaram a relatar intrigas irrelevantes ao cidadão como se fossem notícia. Como exatamente esse diálogo entre poder público e sociedade vai se dar é uma incógnita. É bem possível, numa sociedade muito mais articulada consigo mesma, de redes muito mais densas como a atual, que o estamento tenha sua centralidade na vida social nacional reduzida. Mas esse processo democrático não ocorrerá naturalmente, pois a tecnologia cria condições que apenas a ação humana pode fazer dar em algo.

E, para finalizar, já que começamos o artigo na USP, vamos voltar a ela, especificamente a uma cerimônia em que vi vários de meus antigos, professores, mas não o do cafezinho, que foi a tocante inauguração da Biblioteca Brasiliana Guita e José Mindlin, no começo deste ano (2013). A construção da biblioteca durou quase três lustros, durante os quais faleceram o doador da preciosa coleção, assim como um dos maiores entusiastas da construção da biblioteca. Os entraves à doação dos livros, à colaboração de empresas e à construção do prédio foram desfeitos um a um e lá estava, pronta para o uso, a nova biblioteca da USP. Na cerimônia, discursos interrompidos pelas lágrimas de figuras públicas que já passaram por bastante coisa. Eram pessoas que tinham relações antigas com os Mindlin, com os livros, com a USP, e isso explicava parte da emoção. Mas havia também ali a comemoração de um projeto comum construído a duras penas, da burocracia derrotada pela amizade entre as pessoas, por sua determinação e generosidade. Cada um de um modo, doadores, arquitetos, representantes do governo federal, estadual e da pró-

pria universidade, cada um parecia um pouco incrédulo de que, sim, tinha construído um prédio de verdade na universidade. Um lugar do saber. No meio do processo, alguém explicou, decidiram pela digitalização do acervo, o que era condizente com o caráter público da biblioteca. Público. Feito por todos e para todos.

São ações como essa que reforçam nossa crença de que é possível que entremos num círculo virtuoso onde condições sociais favoreçam a participação *on-line* e a ação social, estas levem ao poder líderes políticos afeitos ao diálogo que possam trazer razão ao Estado, o que por sua vez melhorará as condições sociais, e assim por diante. Como cientistas sociais, nos cabe analisar as condições para que esse caminho seja seguido.

Referências bibliográficas

ARENDT, H. *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago, 1958.

CAREY, J. W. *Communication as Culture:* Essays on Media and Society. New York and Oxon: Routledge, 1992.

DAMATTA, R. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Rocco, 1982.

FAORO, R. *Os donos do poder*. Porto Alegre; São Paulo: Globo; Edusp, 1975.

FEBVRE, L.; MARTIN, H.-J. *The Coming of the Book:* The Impact of Printing, 1450-1800. Verso, 1997.

HABERMAS, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1995.

MELO, J. M. de. *Síndrome da mordaça:* mídia e censura no Brasil. São Bernardo do Campo: Brochura, 2007.

OSIEL, M. J. The Dilemma of the Latin American Liberal: The Case of Raymundo Faoro. *Luso-Brazilian Review*, v.23, n.1, 1986, p.37-59.

PAIT, F. *A acadêmica bertoleza e o gigante burocrator*. São Paulo; Rio de Janeiro: Real Imprensa Imaginária, 2006.

PAIT, H. Um homem de fora do estamento. *Panoramas*: foro de comentário latino-americano: Regions: Brazil. 2013a.

PAIT, H. Abismo Exposto. *OKFn-Brasil*. Sociedade. 2013b.

SCHWARTZMAN, S. *Bases do autoritarismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Campus, 1988.

SCHWARZ, R. As ideias fora do lugar. *Estudos CEBRAP*, v.3, 1973, p.151-61.

SIMMEL, G. *On Individuality and Social Forms*. LEVINE, D. N. (ed.). Chicago: The University of Chicago Press, 1987.

WATSON, R.; BLONDHEIM, M. *The Toronto School of Communication Theory:* Interpretations, Extensions, Applications. London; New York: University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, 2008.

Políticas públicas para o audiovisual educativo no Brasil: um caminho a ser construído

Maria Teresa Miceli Kerbauy[1]
Vanessa Matos dos Santos[2]

Os audiovisuais e o saber

Assim como ocorreu em outros momentos de rupturas paradigmáticas, este novo período também enseja ambiguidades, inseguranças e novos desafios. Ao mesmo tempo, repõe a discussão sobre as relações entre educação e tecnologia, pautadas geralmente por debates entre tecnófilos e tecnófobos. As raízes dessa questão são, no entanto, mais antigas do que parecem. A atenção que as mídias audiovisuais vêm recebendo nos últimos anos decorre do fato de que a sociedade tem se mostrado cada vez mais povoada por imagens e sons. E esse movimento se configura de maneira tão incisiva ao longo dos anos que leva autores, como Ferrés (1994), a afirmar ser possível que, nos pró-

1 Doutora em Ciências Sociais pela PUC/SP. Professora do Programa de Pós-Graduação em Educação Escolar da Unesp câmpus de Araraquara. E-mail: kerbauy@travelnet.com.br.

2 Docente da USC-SP. Doutora em Educação Escolar pela Unesp-Araraquara, Doutoranda em Meios e Processos Audiovisuais pela USP-SP. Mestre em Comunicação pela Unesp, câmpus de Bauru, integrante do GPECOM (USC), Estado e Governo (Unesp) e Laboratório de Ensino Informatizado e Aprendizagem (LEIA-Unesp). E-mail: vanmatos.santos@gmail.com.

ximos anos, enormes contingentes populacionais passarem da cultura da palavra (oralidade) para a cultura da imagem, sem ter atravessado a etapa intermediária representada pelo livro e a escrita. Para ele, a imagem se constitui hoje em uma forma superior de comunicação.

Importante destacar o conceito adotado sobre o que vem a ser um audiovisual.[3] Atualmente, e também por conta do contexto em que vivemos, fica claro fazer a distinção entre o áudio e o visual. Isso repõe a discussão a respeito de duas formas de compreensão da mensagem: pela audição e pela visão. A divisão clássica é válida, mas na realidade, do ponto de vista educativo, o termo audiovisual abrange uma série de possibilidades, que vão desde os recursos que implicam a utilização de um dos sentidos apenas (audição ou visão) até recursos que congregam as duas possibilidades (audição e visão) para veicular um determinado conteúdo com fins educativos (Mendonça, 1974).[4]

A aprendizagem por meio de imagens tem suas raízes em tempos remotos. As pinturas rupestres, por exemplo, já representavam uma forma de aprendizagem para o homem da época. Eram, além de registros de acontecimentos, também formas de ensino-aprendizagem, pois o conteúdo ali expresso era relevante

---

3 Numa perspectiva mais ampla, compreendemos aqui o audiovisual como produto cultural caracterizado pela junção de som e imagem, utilizados de forma complementar na produção de uma narrativa significativa. Nesse sentido, pode-se dizer que o audiovisual é expresso pelo cinema e televisão. Mais recentemente, é possível também levar em consideração a internet que, entre outras possibilidades, abriu espaço para a disseminação dos audiovisuais na rede.

4 Do ponto de vista pedagógico, assumimos a concepção de Mendonça (1974), para quem a melhor forma para referir-se a esses materiais é "meios audiovisuais de aprendizagem". Para nomear esta seção, assumimos a expressão "mídias" em lugar de "meios" por compreender que, embora sinônimas, a primeira propagou-se e está bastante ligada ao contexto das novas tecnologias. Não utilizamos a expressão "de aprendizagem" porque compreendemos que essas mídias podem se prestar tanto para o ensino quanto para a aprendizagem.

para um homem que partilhasse da mesma cultura num mesmo espaço e tempo. Ainda na Grécia, Sócrates acreditava que a tecnologia da escrita faria que os homens deixassem de exercitar a memória. O grande difusor das ideias de Sócrates foi Platão, para quem a escrita representava sérios riscos à intelectualidade porque favoreceria a preguiça e a presunção (Sancho, 2001). Para ele, o saber só poderia ser obtido mediante a ação de relembrar, que ficaria "prejudicada" se existisse um registro escrito do que se pretendia saber/conhecer.

A invenção da imprensa no século XV marca o início do entusiasmo com as tecnologias. A partir daquele momento, um determinado conteúdo poderia ser disseminado para várias pessoas. Não se pode falar, no entanto, em democratização do saber ainda, mesmo porque a leitura era um privilégio das elites alfabetizadas. Ainda assim, não podemos desconsiderar as potencialidades da imprensa de Gutenberg. O realismo pedagógico fica evidente e ganha força a partir do século XVIII quando, pela primeira vez, é possível observar a valorização dos recursos audiovisuais que passam a ser compreendidos como forma de concretização, uma maneira de fugir dos aspectos apenas abstratos. Importante observar que essa vertente de pensamento surge como uma alternativa ao verbalismo no ensino, procurando um ensino mais intuitivo, sensorial. Embora esse movimento tenha se tornado forte a partir do século XVIII, é importante destacar que já existiam vozes defensoras do ensino intuitivo nos séculos pregressos. É justo destacar, no entanto, a obra pioneira de valorização dos audiovisuais publicada em 1654, *Orbis Sensualium Pictus* de Johann Amos Comenius. Esta é considerada a primeira obra visualizada e constitui-se na primeira aplicação do método intuitivo.

Para os realistas, a abertura para o conhecimento estava localizada no uso dos sentidos. Esses educadores baseavam-se no método intuitivo e enfatizavam a necessidade de exploração da

natureza, a investigação e a observação dos fatos tal como ocorriam na realidade. Baseando-se na premissa de que aquilo que pudesse ser sentido de alguma forma pelo sujeito seria mais bem compreendido pela mente, o método intuitivo ganhou projeção e novos adeptos como Edgar Dale, Rousseau, Pestalozzi, Herbart, Montessori e outros. Embora cada um tenha desenvolvido seu método com características especiais, o núcleo comum continuava o mesmo: a aprendizagem seria mais eficiente em função das possibilidades de sentir a natureza, vivenciando-a nas situações de ensino-aprendizagem.

Audiovisuais e educação: breve histórico

Shrock (1995) divide o desenvolvimento da tecnologia instrucional em décadas, tomando por base o início do século XX como o nascimento do conhecimento empírico como base para os estudos em educação. A década de 1920 foi marcada pelo princípio de que a mente, assim como um músculo, precisava ser constantemente exercitada para que se desenvolvesse. Embora já tivessem sido pensados antes, os planos de instrução começam a ganhar força nesta época. No fundo, contido nestes planos, estava a ideia (ainda embrionária) de que os objetivos deveriam guiar o aprendizado. Os planos buscavam permitir que cada aluno avançasse seus objetivos no seu devido tempo e, nesse sentido, os materiais habilitavam o aluno para que progredisse com uma interferência mínima do professor. Data de 1923 a criação do Departamento de Instrução Visual (DVI), pela National Education Association (NEA) nos Estados Unidos, numa clara demonstração de aposta no poder da mídia para fins instrucionais. Ainda assim, tratava-se de uma aposta de forma cautelosa, pois o novo departamento não tinha equipe específica, fixa, e tão pouco desenvolvia pesquisas ou publicações. Seus

primeiros sete anos de existência foram praticamente fechados em projetos sazonais, sem continuidade. Os estudos existiam, mas eram esparsos.

Esses estudos, no entanto, foram freados pela crise de 1929. A década de 1930 foi marcada também pela ascensão do movimento progressista na educação, o que tornava a pesquisa com aprendizagem instrucional praticamente inviável. O movimento progressista apregoava a liberdade de pensamento, fora do controle praticado pelo princípio da aprendizagem instrucional.

Data deste mesmo período o estudo de Ralph W. Tyler que propôs, em 1933, o estudo em oito anos ou, do original, *Eight Year Study*. Esta proposta curricular era uma alternativa para as pressões do período pós-guerra para uma revisão curricular que privilegiasse também a imensa quantidade de alunos que estava fora das escolas. A pesquisa conduzida por Tyler teve o objetivo de verificar se os alunos que estavam participando dessa proposta curricular alternativa para o Ensino Médio teriam condições de dar prosseguimento aos seus estudos em níveis posteriores (universidades e *colleges*). Trinta escolas secundárias (entre públicas e privadas) participaram do estudo. Reiser (apud Shrock, 1995) destacou que o estudo de Tyler demonstrou dois pontos importantes para o desenvolvimento da tecnologia instrucional: o primeiro deles é o fato de que os objetivos se tornam mais claros se levam em consideração o comportamento do aluno. Por sua vez, o segundo ponto era expresso pela necessidade de garantir que o currículo alternativo estivesse sendo executado conforme planejado. A junção dos dois pontos é que permitiria revisar e melhorar o currículo alternativo.

A década de 1940 foi iniciada com um enorme contingente militar que necessitava de instrução rápida por conta da Segunda Grande Guerra. Não apenas instrução, mas necessitava, sobretudo, treinamento para que estivessem preparados para dar respostas rápidas em situações-limite (Saettler, 1967). Por conta

dessa emergência, o governo apoiou e investiu maciçamente na criação, em janeiro de 1941, de um departamento voltado para a produção de materiais audiovisuais para atender a essa demanda. A Divisão de Audiovisuais para Treinamento de Guerra (Division of Visual Aids for War Training), com o apoio do Departamento de Educação dos Estados Unidos, chegou a produzir 457 filmes, 432 filmes mudos e 457 manuais instrucionais, desde o período em que foi criada até junho de 1945 (Saettler, 1967).

Em 1945, a National Education Association (NEA) inaugura uma nova divisão interna que foi chamada de Division of Audio-Visual Instructional Services, que tinha como objetivo dar suporte aos vários projetos da associação. A direção da nova Divisão foi compartilhada com o então DVI, criado em 1923. Em 1960, o nome da divisão foi alterado e passou a ser escrito sem hífen e passou a ser chamado de Departamento de Instrução Audiovisual (Departament of Audio Visual Instruction).

Esse período foi marcado pelos estudos e pesquisas envolvendo os materiais audiovisuais para fins educacionais. Para além do desenvolvimento da tecnologia educacional, marcou a entrada e utilização massiva das mídias em projetos de tecnologias instrucionais. O estudo da tecnologia educacional como disciplina e campo de estudo pode ser localizado a partir desta década, nos Estados Unidos. Seis anos após as primeiras experiências com militares durante a Segunda Guerra Mundial, a Universidade de Indiana passou a oferecer o estudo do tema como matéria no currículo do curso de Educação Audiovisual.

Mais investimentos para as pesquisas e um incremento da produção científica envolvendo a tecnologia instrucional foram verificados na década de 1960. Novas pesquisas começaram a aparecer no cenário mundial, como as discussões sobre os novos sistemas instrucionais conduzidas por Glaser (1962) que já detalhava o que seriam os sistemas de instrucionais e explicava seu funcionamento. De acordo com Shrock (1995), Glaser já denun-

ciava a enorme distância existente entre os estudos de psicologia da aprendizagem e a prática educacional em si.[5]

Um novo fôlego foi dado quando Robert Gagné lançou *The Conditions of Learning*, em 1965, o qual relacionava diferentes formas (ou classes) de objetivos de aprendizagem aos formatos instrucionais mais adequados. Gagné desenvolveu a ideia de fases de aprendizagem e evidenciou os processos relacionados a elas e, por levar em consideração estes aspectos, alavancou as pesquisas com tecnologias instrucionais, mais notadamente na parte de *design* instrucional.

A avaliação passa a ser considerada um elemento chave para o desenvolvimento dos sistemas instrucionais. E, nesse sentido, a avaliação começou a ser repensada em função dos objetivos de aprendizagem. Diferentemente de um sistema de avaliação que comparava os pontos obtidos pelo aluno com relação a outros alunos, para os sistemas instrucionais, exatamente por terem uma característica voltada para o alcance dos objetivos educacionais, não importava a comparação com outros alunos, e sim se o aluno envolvido no sistema havia conseguido atingir seus objetivos ou não (Shrock, 1995). Sobre esta questão, a autora declara que o desenvolvimento dessa tecnologia de avaliação começou a ser executada em 1960 e perdura até hoje.

Por conta das pesquisas em desenvolvimento e, sobretudo, investimentos governamentais que se refletiam em novos laboratórios de desenvolvimento instrucional, a década de 1960 permitiu que a área fosse mais bem visualizada e os educadores, por conta do uso massivo dos audiovisuais, começaram a aceitar a ideia – ainda que de maneira tímida – de que a instrução poderia ser desenvolvida fora do espaço geográfico das escolas. É importante salientar que em nenhum momento se mencionava

---

5 Adaptação livre de "*He clearly described the breach between psychological research on learning and educational practice*".

a ausência do professor, e sim o desenvolvimento do processo educativo fora da sala de aula.

A produção de audiovisuais para instrução já havia recebido um grande impulso com a criação do Division of Audio-Visual Instructional Services, mas diante de um cenário de tantas transformações, em 1960, como dito, o nome da divisão foi alterado e passou a ser escrito sem hífen e passou a ser chamado de Departamento de Instrução Audiovisual – DAVI (Departament of Audio Visual Instruction). Mas a simples mudança de nome não bastou para apaziguar as tensões internas que já se desenhavam. Sobre esse aspecto, Shrock (1995) relata que James Finn, Arthur Lumsdaine e outros dirigentes do DAVI passaram a defender a necessidade de que o campo do audiovisual ocupasse mais do planejamento e *design* das mensagens instrucionais do que do produto audiovisual em si, revelando uma tensão que até hoje permanece bastante nítida entre os profissionais de mídia e os desenvolvedores de sistemas.

A década de 1960 foi finalizada com um forte movimento para que o nome do Departamento fosse alterado para dar conta de todas as suas especificidades. Ao final, em setembro de 1969, o DAVI tornou-se o que hoje conhecemos como Association for Educational Communications and Technology (AECT).

É importante destacar que o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa na década de 1960 foi decisivo para colocar no centro das propostas tanto o rádio quanto a televisão como mídias utilizadas pedagogicamente. Se a década anterior foi marcada pelo respaldo da psicologia, a década de 1960 será lembrada pelo auxílio oriundo dos estudos de comunicação. Essa tendência se consolidou na década de 1970, que assistiu ao desenvolvimento da informática que, por sua vez, reconfigurou o sentido da tecnologia educacional, desta vez para o que foi chamado de ensino assistido por computador (EAC). Os recursos da informática eram utilizados para o ensino, mas resgatavam a ideia do ensino programado da década de 1940-1950.

No início do século XX, pouco tempo após a invenção do cinema, os filmes cinematográficos começaram a ser utilizados pedagogicamente nas escolas. A partir desse momento, várias pesquisas começaram a ser desenvolvidas com a finalidade de verificar o potencial pedagógico dos filmes que, além de oferecerem uma nova forma de ver o mundo, também possibilitavam novas formas de aprendizagem (Wittich; Shuller, 1979). Os recursos audiovisuais também receberam um forte impulso das pesquisas clássicas que indicavam que os alunos conseguem reter 10% do que leem, 20% do que escutam, 30% do que veem, 50% do que veem e escutam, 70% do que se diz e discutem e 90% do que se diz e em seguida se exercita (Gallego; Alonso,1999, p.28).

De acordo com Pfromm Neto (2011), a revisão crítica das pesquisas que fizeram parte do Instructional Film Research Program resultou em 80 pesquisas originais, compiladas por Hoban Jr. e Van Ormer (1951). Entre os resultados obtidos, destacamos alguns pontos concernentes a este artigo, quais sejam: 1 – as pessoas aprendem através dos filmes; 2 – quando utilizados de maneira apropriada, as pessoas são capazes de reter mais conteúdo por meio dos filmes e, além disso, são capazes de aprender mais em menos tempo; 3 – os filmes tendem a estimular outras formas de aprendizagem; 4 – alguns filmes são capazes de auxiliar o pensamento crítico. O relatório também determinava formas mais eficientes de uso dos filmes: "Quando filmes são usados para apoiar métodos usuais de ensino, sua efetividade é mais nítida como uma ajuda para a apreensão do aprendizado imediato" (Hoban Jr.; Van Ormer, 1951).[6] Embora a concepção de recursos audiovisuais seja muito mais ampla que filmes educativos, é fato que os resultados obtidos nas pesquisas contribuem muito para os estudos desses recursos na atualidade.

6 Excertos do documento original estão disponíveis em: <books.google.es/books?id=jVT0f81Hak8C&pg=SA7-PA4&hl=pt-BR&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 4 abr. 2013.

Babin e Kouloumdjian (1989) destacavam, na década de 1980, que o audiovisual imprimia um novo modo de compreender a realidade, por meio de imagens em movimento e sons que, por sua vez, eram capazes de representar uma nova realidade. O audiovisual estava inaugurando uma nova linguagem que se caracterizava essencialmente por comunicar ideias por meio de sensações e emoções. A escrita acabava ficando relegada a um segundo plano, já que o audiovisual era capaz de cativar mais.

Os estudos sobre narrativa audiovisual evoluíram grandemente e, aos poucos, a mídia televisiva passou a ser mais explorada do ponto de vista comercial e educacional. No que se refere ao ponto de vista comercial, várias funções se desenvolveram no âmbito profissional, com novas frentes de atividades: roteiristas, jornalistas, editores etc. Além disso, cada vez mais especializada, a TV começou a ocupar a posição central da casa das famílias e a ditar modas, costumes e hábitos. Aos poucos, a TV também passou a ser alvo de estudos que denunciavam sua influência negativa para as famílias e, sobretudo, para as crianças. Por outro lado, a vertente educativa demonstrava bons resultados principalmente para a aprendizagem aberta, mas carecia de investimentos e estudos aprofundados. Segundo Moran (2001), enquanto a linguagem audiovisual estabelece um papel primordial de mediação com o mundo, a "linguagem escrita desenvolve mais o rigor, a organização, a abstração e a análise lógica".

A produção televisiva, de uma forma geral, exige trabalho em equipe e profissionais habilitados para as funções que exercem: de um lado boa equipe técnica (cinegrafistas, editores, iluminadores, equipe de áudio etc.) e, de outra, boa equipe de produção de conteúdo, e esta pode ser subdividida em outros setores específicos (produção, jornalismo etc.). No caso de uma produção educativa, deve-se somar a esses recursos humanos também uma equipe pedagógica (pedagogos, educadores, psicólogos, etc.) para assegurar o caráter educativo do conteúdo que se quer

transmitir. A integração dessas equipes é capaz de proporcionar um material educativo com objetivo pedagógico claramente definido, com bom conteúdo e boa qualidade técnica de imagem, sons e efeitos, de modo que, numa situação oposta, a ausência de um desses setores compromete a qualidade final do material (Pfromm Neto, 2011).

A década de 1990 foi marcada pela conectividade do computador, ou seja, a máquina estava conectada à rede e as propostas de uso desse potencial para a educação proliferaram no mundo todo. A infraestrutura de telecomunicações proporcionou maior velocidade de acesso e interação em tempo real. Chegamos ao século XXI com o uso intensivo e massivo dos meios de comunicação, mas com uma proposta de ensino individualizado/personalizado por meio da interatividade proporcionada pela internet. Embora a EAD seja muito anterior às tecnologias digitais, o cenário criado pelas tecnologias digitais permite pensá-la de uma forma mais dinâmica. As experiências de ensino-aprendizagem podem ocorrer fora das salas de aula, nos ambientes virtuais de aprendizagem que, por sua vez, potencializam a colaboração entre os sujeitos. Recentemente, a ideia de imersão também tem apresentado grandes possibilidades educativas e a disponibilidade de um meio de comunicação tradicionalmente conhecido (televisão) ressurge com tecnologia digital. Trata-se da TV Digital que, assim como outras mídias, também pode ser considerada uma tecnologia educacional.

Materiais audiovisuais educativos no Brasil

Os audiovisuais receberam um impulso imenso não apenas no Brasil, mas no mundo todo até o início do século XX, quando um novo movimento começa a ser percebido no cenário educacional. O movimento escolanovista nasceu com uma proposta

de renovação e reestruturação metodológica. Nesse sentido, o método intuitivo começa a ser, gradualmente, substituído pelo método ativo de ensino e aprendizagem e afasta-se do movimento audiovisual. Ambos estavam em franca expansão, mas os pontos de convergência eram cada vez mais raros. Muitos educadores, a exemplo de René Hubert (apud Parra, 1973), passam a compreender os métodos intuitivos (e os audiovisuais por extensão) como elementos que favoreciam o passivismo, pois o aluno não precisaria se esforçar para compreender aquilo que não estava claro. A "ginástica mental" seria evitada em função do uso dos audiovisuais, de modo que a exibição de imagens diante dos olhos dos alunos não seria capaz de assegurar a compreensão do fenômeno exibido (Parra, 1973).

Com o tempo, ficou claro que o problema não estava nos materiais em si, mas sim no uso que se fazia deles no contexto educacional. Aos poucos, duas correntes foram se forjando com relação à participação dos audiovisuais no processo de ensino-aprendizagem.

A corrente norte-americana propagava uma concepção intuitiva do audiovisual, sendo que os principais expoentes, Wittich e Schuller, defendiam a impressão sensorial como base da aprendizagem. Enaltece-se apenas um dos sujeitos do processo: o professor. Os materiais audiovisuais precisam ser interpretados pelos professores, sendo, portanto, recursos do professor e não necessariamente do aluno. Nesta mesma linha de raciocínio é possível localizar os trabalhos de Kieffer e Cochran (1962) com a publicação de manuais de técnicas audiovisuais. Os audiovisuais poderiam ser eficientemente empregados se fossem ressignificados pelos professores.

A corrente francesa, por sua vez, tinha em Robert Lefranc (1980) seu principal difusor. Em muitos aspectos a escola francesa supera a norte-americana, principalmente pelo estudo da imagem por si mesma e seus mecanismos de significação. Essa

tradição fica evidente quando visualizamos que, durante muito tempo, os estudos de teoria de imagem eram embasados, sobremaneira, nos estudos de Roland Barthes. Ainda assim, essa corrente não conseguiu superar o aspecto de que as mensagens audiovisuais deveriam ser decodificadas pelos professores em sala de aula. Nesse sentido, pouco ou quase nenhum espaço é reservado para o aluno. É importante, no entanto, destacar os trabalhos de Dieuzeide (1965), que coloca o professor no papel de mediador, permitindo um espaço para o aprendiz.

Até então, sendo de linha norte-americana ou francesa, os teóricos compreendiam que as mensagens seriam resultantes de processo de abstração, oriundo da sensação e da percepção. Os audiovisualistas, que também tinham tal visão a respeito da imagem, também receberam duras críticas. A imagem não é a cópia – menos ainda exata – da realidade. Essa concepção foi ficando mais clara à medida que os meios de comunicação foram se desenvolvendo e os pesquisadores superavam a ideia de receptor passivo. As mensagens midiáticas começaram a fazer parte do cotidiano dos alunos e implicavam novos estudos que revisitassem questões antigas. A despeito do questionamento acerca de como os audiovisuais poderiam ser eficientemente utilizados em sala, o foco central desloca-se para a forma ou mecanismos que tornam a aprendizagem possível por meio das mensagens midiáticas (e aqui se inserem os audiovisuais).

Aos poucos o ambiente escolar foi se estabilizando com as tradicionais tecnologias colocadas à disposição do professor: giz, lousa, livros e cadernos. Tecnologias que, incorporadas à cena da educação escolar, não se traduziam mais como ameaça quer seja na construção do conhecimento, quer seja para o desenvolvimento do raciocínio crítico. Ao contrário, essas tecnologias auxiliam o professor em sala de aula, ampliam o processo de ensino-aprendizagem e dinamizam as aulas. As razões das resistências iniciais e muitas que ainda hoje perduram no que se

refere ao uso dos audiovisuais na educação estão muitas vezes ligadas à relação que se estabelece entre tecnologia e ensino, como se a primeira condicionasse o segundo, negando um processo de aprendizagem reflexiva para dar lugar a uma aprendizagem repetitiva, massiva que se colocaria como uma pseudoaprendizagem. A questão dos audiovisuais perpassa essa temática, mesmo porque esses materiais foram, durante muito tempo, considerados expressões máximas das tecnologias voltadas para o ensino e também para a aprendizagem.

Os audiovisuais também permitiram um grande avanço da EAD, pois abriram possibilidades de usos de variados sentidos na aquisição de informação pelos sujeitos. A oferta e a demanda por vagas na modalidade tem crescido ano após ano, principalmente por conta do perfil do alunado que, diante de um contexto tão competitivo, encontra nos cursos EAD a possibilidade de complementar sua formação. Por outro lado, muitas pessoas que já não tinham mais esperança em conseguir graduar-se encontram na EAD esta possibilidade. Isso ocorre, basicamente, por duas razões: flexibilidade de tempo e espaço permitida pela modalidade, barateamento dos custos deste estudo e incentivo governamental.

Observa-se, por meio da análise dos decretos que orientam a EAD no Brasil, que o esforço inicial estava centralizado na organização, credenciamento e organização dos cursos do gênero. O padrão de qualidade dos materiais utilizados nestes cursos ficou delegado para um outro momento que até hoje não chegou. Esse aspecto merece relevância porque esses cursos fazem, de forma geral, uso intensivo dos meios de comunicação, notadamente dos audiovisuais.

O livro impresso segue como o material mais usual, mas observa-se que os audiovisuais vêm sendo cada vez mais utilizados como complementares ao livro. Em que pese serem altamente motivadores e terem o potencial de permitir diversas interpre-

tações por meio do estímulo simultâneo de diferentes sentidos, a produção desses audiovisuais ocorre de forma bastante desordenada do ponto de vista político. Essa afirmação encontra amparo justamente na ausência de políticas públicas de norteiem a produção de audiovisuais educativos.

A ausência desses parâmetros pode dar margem a situações semelhantes à polêmica envolvendo o kit audiovisual produzido pelo Ministério da Educação no final de 2010, os vulgarmente chamados *kit gay do MEC*. Embora a intenção fosse desenvolver kits audiovisuais contra a homofobia, o Ministério acabou sendo duramente criticado pelo teor dos materiais.[7] O sentido heterogêneo dos audiovisuais despertou as mais diversas reações tanto da população quanto dos políticos. Em que pese este fato revelar uma discussão mais profunda acerca de nossas crenças, valores etc., importa-nos destacar que, na verdade, essa polêmica revelou uma fragilidade: o próprio Ministério da Educação (MEC) não dispõe de parâmetros para a produção de conteúdo audiovisual educativo, deixando esta lacuna – no que se refere às políticas públicas de produção de audiovisuais educativos – claramente exposta.

Políticas Públicas para o audiovisual no Brasil: o longo caminho

Abordar as políticas públicas para o audiovisual no Brasil é pensar em uma história bastante recente. O país parece que, após muitos anos, finalmente compreendeu a importância – tanto do ponto de vista estratégico quanto cultural – da conso-

7 Texto disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4851100-EI6594,00-MEC+prepara+kit+antihomofobia+e+provoca+reacao.html>. Acesso em: 9 abr. 2013.

lidação de uma indústria audiovisual sustentável. Além de abrir espaço para a produção nacional, o incentivo ao audiovisual brasileiro alinha-se a um aspecto nem sempre considerado, mas de igual importância: a autorrepresentação simbólica. Enquanto bem imaterial, a autorrepresentação simbólica de um povo e, em última instância, de uma nação, passa pela valorização de sua cultura expressa também pelos meios de comunicação, de uma forma geral.

Nesse sentido, enquanto expressão dos meios de comunicação, os audiovisuais merecem especial destaque, visto que permitem diferentes formas de apropriação da informação e do conteúdo. No plano interno, a valorização, o incentivo e o fomento dos audiovisuais nacionais resultam em geração de sentimento de pertencimento, favorecendo a formação de uma comunidade nacional. Sob o ponto de vista externo, a divulgação dos audiovisuais favorece a difusão dos valores culturais na nação e possibilita a abertura de relações diplomáticas e comerciais (Da-Rin, 2010).

Importante observar que, normalmente, quando se fala em audiovisuais numa perspectiva ampla, existe uma relação quase que direta com o cinema. Buscando aprofundar essa compreensão, analisar um audiovisual pressupõe, antes, pensar as relações sociais de produção que, por diversas vezes, ultrapassa a discussão concernente à forma e ao conteúdo. O custo de produção audiovisual, notadamente o cinema, é bastante elevado e exige investimentos cujo retorno financeiro nem sempre é garantido. A partir desta constatação, é possível compreender que, embora exista certa liberdade na realização dos audiovisuais, produzir este tipo de insumo cultural no Brasil exige certa articulação por parte de seus idealizadores e elaboradores. Se por um lado é preciso ser criativo e instigar o espectador, por outro é preciso, na medida do possível, não contrariar os interesses dos patrocinadores ou financiadores. Nesse sentido, as dinâmicas do mercado

também precisam ser levadas em consideração. Soma-se a isso, outro aspecto igualmente importante: o marco legal e regulatório no qual se insere o audiovisual (Oliveira, 2012).

As implicações deste processo podem ser compreendidas se tomarmos por base a forma como o Brasil tem encarado o tema das políticas públicas voltadas para a cultura. A primeira relação entre o Estado e o audiovisual pode ser localizada na legislação protecionista de 1932 durante o governo de Getúlio Vargas, caracterizada pela criação da política de cota de tela. Em 1966 foi criado do Instituto Nacional de Cinema (INC), que incentivava a entrada de capital estrangeira para financiar a produção audiovisual brasileira (Fernandes, s./d.). O INC foi amplamente apoiado pelo bloco industrialista, que enxergava no órgão a possibilidade de transformar o audiovisual nacional em indústria tradicional. O bloco industrialista, defendia a entrada de capital estrangeiro porque pretendia que o cinema nacional alcançasse o sucesso comercial. Na vertente oposta, o bloco nacionalista defendia o cinema como expressão cultural do país, rejeitando a entrada de capital estrangeiro, visto que, para eles, essa política poderia corromper a cultura nacional.

Com a meta de recuperar a identidade nacional, a Embrafilme foi criada em 1969. Após a derrota da Arena nas eleições de 1974, o regime militar passou por um período marcado por ambiguidades expressas por altos e baixos (Rubim, 2007). Numa tentativa de conquistar espaços sociais que estavam sendo perdidos, o regime passou a encabeçar iniciativas nas áreas política e cultural, inclusive com financiamento de projetos notadamente de cunho cultural. Rubim (2007) documenta que, pela primeira vez em sua história, o Brasil teve um Plano Nacional de Cultura. Neste período, a Embrafilme despontou em suas ações e o INC foi extinto. Outras instituições de cunho igualmente cultural foram criadas, dentre elas o Conselho Nacional de Cinema (Concine) em 1976. A concepção de cultura como território

neutro não durou muito e não tardou para que o meio cinematográfico novamente sentisse as pressões oriundas tanto do bloco industrialista quanto do boco nacionalista (Ramos, 1983).

O longo processo de transição e construção da democracia brasileira teve sérios efeitos no que se refere às políticas públicas voltadas para o audiovisual. Ainda que de forma bastante incipiente, os resultados da atuação do Concine começaram a aparecer no início da década de 1980. No mesmo período, a Embrafilme enfrentou uma série de denúncias de casos de corrupção, que terminaram por fazer ruir uma estrutura que já dava sinais de crise.

Assim como a Embrafilme, o Concine, até então atuante, foi extinto nos primeiros meses do governo Collor (1990-1992). A reação não tardou em aparecer, mas apenas dois anos mais tarde o setor do audiovisual ganhou regulação normativa e representação. Criada pelo governo Itamar Franco em 1992 e ligada ao Ministério da Cultura, a Secretaria do Audiovisual (SAv) foi, durante quase uma década, "a única instituição do Estado brasileiro dedicada ao setor cinematográfico, responsável pela definição das macropolíticas e pela implementação de programas e ações de fomento setorial" (Da-Rin, 2010, p.92).

É justamente neste período (1992-1993) que é criada a Lei do Audiovisual, que institui o mecanismo de abatimento fiscal para empresas que financiassem produções audiovisuais nacionais. Essa lei tem profundas implicações nos dias atuais, pois está ligada a um dos pontos mais nevrálgicos da produção audiovisual nacional, que é a captação de recursos. A maior parte deles provém da Lei do Audiovisual tanto em nível federal quanto estadual e até municipal. A marca destas leis é a renúncia fiscal de parte considerável dos impostos devidos ao poder público (Oliveira, 2012). Isso significa que investir em audiovisual tendo em contrapartida o abatimento dos impostos é uma decisão que cabe às empresas, e não ao poder público.

Em 2000, reuniram-se em Porto Alegre diferentes segmentos do audiovisual no Brasil durante o III Congresso Brasileiro de Cinema. Daquela reunião resultou a criação do Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria de Cinema (Gedic). No início do ano seguinte, o Gedic encaminhou um projeto ao governo federal com o objetivo de reestruturar o setor de audiovisual brasileiro. Dentre diversos aspectos, o projeto do grupo já indicava a necessidade de criação de um órgão normativo da atividade cinematográfica no país. Em setembro de 2001, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, foi finalmente criada, por força de medida provisória, a Agência Nacional de Cinema (Ancine). Naquele momento, a Ancine era uma autarquia especial da Casa Civil, mas com previsão de transferência para o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Dois meses após sua criação, a Ancine recebeu, por força de decreto, algumas atribuições que anteriormente pertenciam à SAv. Existia, por parte dos profissionais da área, uma grande expectativa com relação à criação da nova agência. A SAv tinha uma agenda bastante limitada e, de acordo com Da-Rin (2010), parte da atuação pouco expressiva da Secretaria deveu-se à falta de experiência, no campo da produção cultural, especialmente a audiovisual, do gestor da pasta, José Álvaro Moisés.

Em outubro do primeiro ano do governo Lula, a Ancine foi finalmente transferida do âmbito da Casa Civil para o Ministério da Cultura. Além da transferência, houve também uma redefinição de papéis entre Ancine e SAv. Mais que uma mera transferência de vinculação, as mudanças sofridas pela Ancine refletem uma alteração do ponto de vista da política cultural do país, que diz respeito à interferência ou não do Estado na produção de audiovisuais nacionais.

O período do governo FHC vinculou a Ancine ao MDIC justamente porque, naquele momento, o governo buscava encarar o cinema como indústria produtiva capaz de gerar lucros. No

governo Lula, no entanto, o direcionamento é outro. O foco é deslocado da concepção de lucro para a ideia de indústria cultural voltada para a liberdade de expressão, com forte intervenção do Estado. Após a vinculação da Ancine ao Ministério da Cultura, o governo começa a articulação para transformar a agência em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav). A nova agência pretendia englobar o cinema e a televisão. Esta última, embora sempre tenha acumulado lucro, telespectadores e forte poder político, nunca dialogou com o cinema (Fernandes, s./d.). Além disso, a nova agência tinha em seu escopo a proposta de englobar também as plataformas digitais (Da-Rin, 2010).

Em grande parte, a postura do meio televisivo pode ser explicada em função da política de concessão pública adotada pelo Brasil ainda na década de 1950, que permitiu que a televisão fosse ganhando cada vez mais poder. Pelo modelo de concessão pública, o Estado passa uma atividade pública para que seja explorada pela iniciativa privada, ensejando um modelo desprovido de regulação (Fernandes, s./d.). A criação do Código Brasileiro de Telecomunicações em 1962 reflete uma preocupação política e não necessariamente econômica.

Esses descuidos abriram espaços para a formação de monopólios comunicacionais e, mais recentemente, formação de verdadeiros impérios televisivos,[8] de forma que a falta de regulamentação acabou por preservar um velho modelo (Fernandes, s./d.). O anteprojeto de criação da Ancinav acabou sendo arquivado em 2006 e deixou exposta, mais uma vez, a dificuldade existente nas tentativas de regulação da televisão.

---

8 O poder desses impérios, a exemplo da Rede Globo, é significativo a ponto de, em 1995, no então governo FHC, uma nova legislação ter sido proposta: a Lei Geral de Telecomunicações. A pressão política dos diversos setores da radiodifusão foi tão grande que, mesmo com uma nova legislação, o segmento conseguiu permanecer desprovido de regulação. Rádio e televisão por assinatura foram englobados pela nova lei, mas a TV e a rádio abertos não (Fernandes, s./d.).

No que se refere ao cinema nacional, atualmente o que se tem é uma produção audiovisual financiada, em sua maior parte, pela política pública de renúncia fiscal iniciada no Brasil em 1992-1993. Nesse sentido, fica claro que não existe uma intervenção estatal propriamente dita e sim um incentivo do Estado por meio de renúncia fiscal. Mas, contrariando o princípio de fortalecimento da identidade nacional, os apontamentos de Rubim parecem direcionar o olhar para outras questões oriundas dessa política.

> 1. o poder de deliberação das políticas culturais passa do Estado para as empresas e seus departamentos de *marketing*; 2. uso quase exclusivo de recursos públicos; 3. ausência de contrapartidas; 4. incapacidade de alavancar recursos privados novos; 5. concentração de recursos. Em 1995, por exemplo, metade dos recursos, mais ou menos 50 milhões, estavam concentrados em 10 programas; 6. projetos voltados para institutos criados pelas próprias empresas (Fundação Odebrecht, Itaú Cultural, Instituto Moreira Salles, Banco do Brasil etc.); 7. apoio equivocado à cultura mercantil que tem retorno comercial; 8. concentração regional dos recursos. Um estudo realizado em 1998/1999, pela Fundação João Pinheiro, indicou que a imensa maioria dos recursos da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual iam para regiões de São Paulo e Rio de Janeiro. (Rubim, 2007, p.27-28)

Um ponto deve ser esclarecido nesta discussão. Historicamente, o Sudeste tem concentrado grandes investimentos, não apenas culturais, mas também econômico-financeiros. A base de dados do Ministério da Cultura[9] não especifica em qual região o recurso foi investido exatamente. Os dados e gráficos são

9 Consulta pode ser feita em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>. Consulta realizada pelas autoras em 30 abr. 2013.

gerados em função do CNPJ do proponente, mas sabe-se que existem projetos que são realizados fora do estado ou região do proponente. Isto significa que as informações também não são precisas quando se busca mapear os destinos dos recursos voltados à cultura no Brasil.

No que se refere ao audiovisual de forma mais específica, o mapeamento pode ser mais detalhado se feito pelo sistema da Ancine. A análise do quadro evolutivo relativo aos valores de fomento direto de 2003 a 2012 permite-nos perceber que os investimentos saíram da ordem de R$ 10.642.305,41 para R$ 46.981.176,33.[10] É possível observar que houve um incremento dos investimentos no setor e também uma disponibilidade maior de linhas de incentivo por meio de diferentes editais que visam diferentes modalidades audiovisuais. O projeto DocTV, por exemplo, está em operação desde 2003 e representa uma parceria entre o Ministério da Cultura e a Rede Pública de Televisão. Trata-se de filmes digitais com 52 minutos de duração, produzidos para serem exibidos na televisão.

Políticas públicas para o audiovisual educativo no Brasil

O longo caminho percorrido pelo audiovisual no Brasil indica que alguns avanços foram alcançados, mas ainda resta definir políticas públicas específicas para os audiovisuais educativos. Historicamente, o cinema educativo foi reconhecido oficialmente com a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (Ince), em 1936.[11] Durante o período de existência do Ince,

10 Consulta disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2801-25032013.pdf>. Acesso em: 1º maio 2013.

11 Importante destacar a criação do Serviço de Recursos Audiovisuais (SRA) em 1960, no Centro Regional de Pesquisas Educacionais de São Paulo. O SRA foi

destaca-se a produção de documentários por Humberto Mauro. Neste período, a relação entre educação e cinema serviu, em grande medida, para conseguir o apoio do Estado para a atividade cinematográfica no Brasil. Sobre este aspecto, Ramos (2000, p.196) chega a afirmar que a educação serviria como uma cobertura, ou em suas palavras, "um verniz" que "cobria" a visão do gênero documentário e abria espaço para o investimento oficial.

Importante perceber, no entanto, que o Ince, extinto em 1966, foi resultante de um processo bastante ambíguo, que teve suas raízes no amplo debate que se estabeleceu no país por volta de 1910 a respeito da utilização do cinema da educação. Esse processo já estava iniciado antes do Estado Novo (Simis, 1996). De acordo com Catelli (2005), a proposta de um cinema educativo se confundia com o cinema de caráter mobilizador e propagandístico. Esta última proposta foi, de fato, posta em ação pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939. Quando isso ocorreu, a proposta do cinema educativo praticamente naufragou, dando espaço ao cinema propagandístico, notadamente com o uso de cinejornais (Simis, 2010). Os usos sociais e políticos do cinema perpassaram a questão da propaganda, os objetivos de integração nacional e a necessidade de comunicação entre as regiões do vasto território nacional.

O caráter educativo foi ficando, cada vez, diluído em interesses outros que não um objetivo genuinamente educativo. O resultado desse processo culminou na situação atualmente vivida pelo Brasil, que ainda nega ao audiovisual educativo políticas públicas que viabilizem e incentivem sua produção.

---

resultado de um programa de colaboração entre a Universidade de Michigan e o Ministério da Educação. Além da doação de equipamentos de cinema para viabilizar a produção, edição e copiagem de filmes educativos, o SRA também desenvolveu diversos programas para a capacitação de recursos humanos voltados para o setor audiovisual. De acordo com Pfromm Neto (2011), o primeiro catálogo do SRA, em 1963, oferecia 85 títulos. No ano seguinte a oferta já alcançava 120 títulos.

Recentemente, observa-se, por meio de análises das políticas públicas voltadas para o audiovisual no país, que alguns recursos já estão sendo direcionados para o segmento denominado "multimídia", que, por sua vez, alinha-se às novas mídias. Além disso, desde 2010, o Ministério da Cultura tem destinado verbas para o segmento "projetos audiovisuais transmidiáticos", que também já demonstra certa abertura à inovação e ao contexto da convergência midiática. A discussão a respeito do audiovisual educativo parece ter sido, mais uma vez, postergada para um outro momento.

Considerações finais

Se considerarmos os objetivos de diversos filmes, a exemplo de tantos financiados pela Lei Rouanet ou pela Lei do Audiovisual, fica evidente que muitos podem ser considerados educativos, uma vez que trabalham com temáticas que visam promover o acesso à cultura e, em última instância, à educação. Ainda assim, é patente a ausência de parâmetros e critérios de definição do que é um material educativo. Mesmo que tenha um teor educativo, o audiovisual não deixa de se alinhar à questão das políticas públicas para o audiovisual no Brasil de forma mais ampla.

Conforme destacam Rubim e Barbalho (2007) e Oliveira (2012), a política de fomento passa pelos departamentos de marketing das empresas que, por sua vez, desejam obter projeção e alinhar a imagem organizacional à ideia de compromisso social. Buscam, sobretudo, projeção e lucro. Não se trata de julgar os interesses das organizações, mas sim perceber que existe uma grande necessidade de incentivo estatal para a produção de audiovisuais educativos, pois estes nem sempre geraram lucro que pudesse atrair o interesse de grandes investidores.

O país tem um déficit de políticas públicas que norteiem a produção audiovisual educativa mais focada no aluno. Trata-se não apenas de definir o que seria o gênero educativo no Brasil, mas, sobretudo, de propor parâmetros para pensar os audiovisuais como meios para desenvolver e ampliar a educação para um imenso contingente populacional. Os audiovisuais conseguem aproximar as experiências humanas por meio do uso de diferentes sentidos, que podem, inclusive, ser ampliados diante da emergência da TV Digital. Essenciais em cenários de EAD, os audiovisuais precisam ser adequados e adaptados também a essa demanda.

O acesso às tecnologias de produção, circulação e divulgação tem feito que experimentemos um grau de liberdade grande. Dispositivos móveis permitem que o cidadão comum se transforme em emissor e propagador de mensagens e conteúdos audiovisuais em um cenário cada vez mais dinâmico. Os audiovisuais passaram a exercer um papel importante na cultura, na política, na economia, mas, sobretudo, na educação do país.

Referências bibliográficas

BABIN, P.; KOULOUMDJIAN, M. *Os novos modos de aprender:* a geração do audiovisual e do computador. São Paulo: Paulinas, 1989.

CATELLI, R. E. O cinema educativo nos anos de 1920 e 1930: algumas tendências presentes na bibliografia contemporânea. *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v.1, n.12, p.1-15, jan.-jun. 2005.

DA-RIN, S. Dez anos de políticas públicas para o audiovisual brasileiro. *Revista Observatório Itaú Cultural* – OIC, n.10, set.-dez. 2010. São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2010.

DIEUZEIDE, H. *Les Techniques Audio-Visuelles dans l'Enseignement*. Paris: Presses Universitaires de France, 1965. Col. Nouvelle Encyclopédie Pédagogique.

GALLEGO, D. J.; ALONSO, C. *Multimedia en la web*. Madrid: Dykinson, 1999.

FERNANDES, M. R. *Ancinav:* uma proposta de política cultural para o audiovisual. Disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Marina-Rossato-Fernandes.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2013.

FERRES, J. *Video y educación*. Barcelona: Paidós, 1994.

KAPLÚN, M. Processos educativos e canais de comunicação. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, 141, jan.-abr. p.68-75, 1999.

KIEFFER, R. E.; COCHRAN, L. W. *Manual of Audio-visual Techniques*. Prentice-Hall, 1962.

LEFRANC, R. *Las técnicas audiovisuales al servicio de la enseñanza*. Buenos Aires: El Ateneo, 1980.

MENDONÇA, H. M. N. *Os meios audiovisuais e a aprendizagem.* Rio de Janeiro: Livraria J. Olympio Editora, 1974.

MORAN, J. M. *Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias audiovisuais e telemáticas.* 2001. Disponível em: <www.vanzolini-ead.org.br/wwwescola/.../int01_material_de_apoio.d>. Acesso em: 16 jan. 2012.

OLIVEIRA, D. (Coord.). *História e audiovisual no Brasil do século XXI*. Curitiba: Juruá, 2012.

PARRA, N. *Metodologia dos recursos audiovisuais:* estudo fundamentado na psicologia genética de Jean Piaget. São Paulo: Saraiva, 1973.

PFROMM NETTO, S. *Telas que ensinam:* mídia e aprendizagem do cinema às tecnologias digitais. 3.ed. Campinas: Alínea, 2011.

RAMOS, F. P.; MIRANDA, L. F. (Orgs.). *Enciclopédia do cinema brasileiro.* São Paulo: Senac-SP, 2000.

RAMOS, F. P. Hirszman e Mauro, documentaristas. *Estudos de Cinema*, São Paulo, n.3, 2000.

RAMOS, J. M. *Cinema, Estado e lutas culturais:* anos 50, 60 e 70. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: RUBIM, A. A. C.; BARBALHO, A. (Orgs.). *Políticas culturais no Brasil.* Salvador: Edufba: 2007. Coleção Cult.

SAETTLER, P. *A history of instructional technology*. New York: McGraw-Hill, 1967.

SANCHO, M. J. (Org). *Para uma tecnologia educacional*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

SHROCK, S. A brief history of instructional development. In: ANGLIN, G. (Org.) *Instructionla Technology:* Past, Present and Future. 2.ed. Eaglewood, CO: Library Unlimited, 1995.

SIMIS, A. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996.

SIMIS, A. *Política cultural: o audiovisual.* Tese (livre-docência). Faculdade de Ciências e Letras Departamento de Sociologia da Universidade Estadual Paulista, câmpus de Araraquara, 2010.

SOARES, I. de O. Educação a distância como prática educomunicativa: emoção e envolvimento na formação continuada de professores da rede pública. *Revista USP*, São Paulo, n.55, nov. 2002.

WITTICH, W. A.; SCHULLER, C. F. *Instructional Technology:* Its Nature and Use. 6.ed. Harper & Row Publishers, 1979.

III. Relações socioculturais e suas manifestações na esfera da indústria cultural e das mídias digitais

Organizadores do eixo:

Arlindo Rebechi Junior
Maria Cristina Gobbi

A antropologia interpretativa e o campo da comunicação: o desafio teórico-metodológico

Ana Carolina Biscalquini Talamoni[1]
Claudio Bertolli Filho[2]

Nas duas últimas décadas, tem se notado um substancial incremento dos estudos realizados no campo da comunicação que recorrem aos recursos de pesquisa de campo próprios da antropologia e ao seu mais caro – e controverso – conceito: cultura.

Esse fato pode ser explicado por dois principais motivos. O primeiro deles é a incorporação pelos pesquisadores dos princípios postulados pelos Estudos Culturais, que combinam, nem sempre com a exatidão científica necessária, elementos da análise cultural, teoria social, análise histórica, filosofia e política, buscando com isto superar as tradicionais compartimentações acadêmicas dos saberes (Kellner, 2001, p.42). O outro motivo, ainda não suficientemente discutido, talvez até mesmo devido a uma certa timidez dos estudiosos, constitui-se na indisfarçável

1 Doutora em Educação para a Ciência pela Faculdade de Ciências da Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: anacbt@uol.com.br.

2 Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo. Docente no Departamento de Ciências Humanas e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) e no Programa de Pós-Graduação em Educação para a Ciência da Faculdade de Ciências da Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: cbertolli@faac.unesp.br.

desilusão que muitos analistas passaram a nutrir em relação aos enfoques centrados no conceito de ideologia, transitando por isto para a análise da cultura. Isto não implicou o silenciamento sobre as questões ideológicas, as quais foram sutilmente deslocadas para uma dimensão subordinada aos processos culturais (Lull, 1997, p.94).

Neste curso, a recorrência à cultura como estratégia fundamental para a explicação dos processos comunicacionais, dos conteúdos midiáticos e da recepção dos produtos da mídia tem gerado uma série de textos, os quais nem sempre se mostram tributários das propostas dos Estudos Culturais. As combinações entre o compromisso de estudar a comunicação tendo a cultura como pano de fundo resultou em importantes estudos teóricos (Sodré, 2001 e 2002; Lopes, 2004) e também em um número significativo de análises de conteúdo e observações etnográficas (Lopes; Borelli; Resende, 2002; Travancas; Farias, 2003; Paiva; Barbalho, 2005).

Esses estudos foram mencionados porque deixam notar que seus autores preocuparam-se em incorporar em suas pesquisas um conjunto de teorias e conceitos importados da antropologia. Mais do que isto, as iniciativas que tiveram prosseguimento com a pesquisa de campo recorreram a recursos metodológicos que se mostravam fortemente articulados com a proposta teórica.

O destaque de tal característica nos textos não implica o que Berger (2007, p.55) criticamente denominou de "obsessão metodológica", por ele avaliada como uso pelos pesquisadores de teorias e métodos considerados inovadores, mas que pouco trazem de novo para os estudos comunicacionais. Isto porque foi ainda Berger (2007, p.57) que ressaltou que "as raízes teóricas do campo [da Comunicação] se encontram em diversas disciplinas afins" e que cabe ao investigador conhecer em profundidade os recursos teóricos e metodológicos que emprega em seus estudos. Tal contingência nem sempre é constatável no Brasil, inclusive

porque a maior parte das escolas de Comunicação, se são pródigas em instruir seus alunos de graduação e de pós-graduação sobre as grandes teorias da comunicação, pouco se mostram envolvidas em também ensinar-lhes e propiciar condições de treinamento em relação às contingências típicas da pesquisa de campo.

Não é incomum deparar-se com investigações que adotam apoios teóricos incongruentes com os métodos e técnicas de pesquisa assumidas na pesquisa de campo, resultando no que muitas vezes os avaliadores qualificam ironicamente como sendo "uma macarronada". Faz alguns anos, um dos autores deste texto defrontou-se com uma situação surpreendente: um aluno de pós-graduação veio consultá-lo procurando resposta para o impasse que estava vivenciando, pois, após ter coletado um rico conjunto de dados mediante a realização de uma extensa e custosa pesquisa de campo, percebeu que o arsenal proporcionado pela teoria da comunicação que ele havia se comprometido em utilizar perante o seu orientador não permitia que os registros acumulados fossem suficientemente explorados.

A vigência de um "olhar epistemológico" torna-se essencial para o desenvolvimento de uma pesquisa que tem os fenômenos comunicacionais como objeto. A filiação a uma determinada teoria ou "escola" da Comunicação implica também a incorporação de um conceito apropriado de cultura e de uma metodologia de pesquisa de campo com ele afinada (Bertolli Filho, 2013). Além disso, o pesquisador tem que necessariamente assumir que o objeto central de suas inquirições possui, como sustentáculo, a complexidade social como "estrutura estruturante" e como devir:

> Um dos problemas dos estudos comunicacionais é como interpretar este devir enquanto questão do campo. Outro, como compreendê-lo e prospectá-lo para além da simples descrição empírica. É necessário também analisar os objetos sociais que dele fazem

> parte, a partir do enfoque comunicacional. O desafio que enfrentamos é o de propor âncoras teóricas e metodológicas que investiguem suas aparências e essências no que se refere à comunicação. Isso parece ser o essencial para a construção de uma epistemologia dos estudos comunicacionais. Significa igualmente postular a construção dos parâmetros de um olhar sobre a sociedade e a cultura que enfatize o aspecto comunicacional. (Lopes, 2003, p.166)

Diante disto, o objetivo deste texto é discutir um dos conceitos de cultura mais invocados atualmente, elaborado pelo antropólogo norte-americano Clifford Geertz (1926-1996) e suas implicações na pesquisa de campo, rotulada como "descrição densa". Fala-se, pois, de uma discussão que se dá no âmbito da Antropologia Interpretativa que, por se mostrar tributária da Fenomenologia, terá esta como objeto inicial de apresentação.

Conceitos fenomenológicos que subjazem a antropologia interpretativa

O método de observação e descrição densa que será apresentada a seguir guarda influências de alguns conceitos basilares da fenomenologia de Edmund Husserl. O primeiro conceito, certamente o fundador desta linha filosófica, afirma que a existência humana é completamente engajada no mundo vida, e deste engajamento é que se dá toda experiência humana. Originou-se de uma problemática comum nas ciências sociais e humanas que se refere à pertinência da aplicação de métodos de pesquisa das ciências naturais às suas investigações:

> Edmund Husserl deu origem ao movimento filosófico conhecido como fenomenologia. A mesma, diferente de todos os sistemas filosóficos anteriores, procura compatibilizar-se com o mundo

> pela descrição acurada de todos os seus aspectos, como aparecem na consciência do objeto. Recusa-se a aceitar, de forma cabal, a validade de qualquer esquema conceitual, racionalista ou qualquer outro, e questiona, igualmente, os resultados empíricos de todas as ciências positivas. Consequentemente, é uma filosofia que duvida de todo conhecimento aceito, socialmente, até que seja inteiramente confirmado por um método que enfatize a consciência dos observadores. (Gorman, 1979, p.27)

Husserl foi fortemente influenciado pelo conceito brentaniano[3] de intencionalidade (Gorman, 1979; Giles, 1975), criado para

> distinguir entre atividades mentais ou psicológicas (tais como pensar, desejar, odiar etc.) e fenômenos físicos. O único atributo da classe precedente de atividade é pretender o seu objetivo, isto é, concentrar a consciência nele e, dessa forma, submetê-lo à atenção do sujeito. (Gorman, 1979, p.28)

Neste sentido, todo conhecimento deriva da estrutura da consciência e da relação de objetividade que ela estabelece conscientemente com a realidade. A intencionalidade da consciência está sempre focada em um objeto intencional eleito pela consciência observadora e descritiva (Husserl, 2008); essa ideia, que se tornou um conceito-chave da fenomenologia husserliana, também será empregada por Geertz, ao afirmar que o pesquisador tem sempre um olhar focado em objetos intencionais por ele eleitos: "os objetos da consciência são objetos pretendidos no processo noético[4] da percepção, inclusive o pensar, o lembrar, o querer, o imaginar, o desejar etc." (Gorman, 1979, p.29).

---

3 Referente ao filósofo alemão Franz Brentano (1838-1917).

4 Derivado do termo *noese*, significa algo correlato a aprender.

Os objetos da percepção não existem em si mesmos ou separados da percepção que os suscita. São da ordem dos fenômenos, da experiência humana. Cabe ao método fenomenológico buscar as essências que, implicitamente, correlacionam os objetos intencionais e os objetos da percepção, o que se denominou como a "essência" de terminada coisa.

As influências da filosofia de Husserl sobre a antropologia de Geertz, seu método de observação e descrição densa, encerra-se neste ponto da referida teoria, pois a partir dele Husserl desenvolve a *epoché*, a dúvida, que buscaria eliminar qualquer posição ou atividade pessoal relacionada à existência individual.

Husserl denominou o processo de depurar o conhecimento como "redução fenomenológica", a partir do qual seria possível encontrar uma essência em todas as coisas. Ao tentar eliminar a subjetividade da perspectiva fenomenológica, a fenomenologia de Husserl aproximou-se, segundo Giles, a um neocartesianismo (Giles, 1975, p.131), incompatível com as ideias exploradas por Geertz em *El antropólogo como autor* (1989).

Certamente a partir deste ponto, os subsídios teóricos potencialmente oferecidos pela fenomenologia à Antropologia Interpretativa foram proporcionados pela Fenomenologia de Merleau-Ponty (1996). Segundo o filósofo e psicólogo francês, na procura das essências, exercício fundamental do olhar fenomenológico sobre as coisas, o indivíduo ou pesquisador faz um exercício de voltar-se à experiência de viver no mundo vida, de inserir-se nele, sendo esta uma experiência original anterior ao conhecimento.

Para Merleau-Ponty, trata-se de retornar ao ponto no qual a percepção se dá, antes de ser capturada pela consciência e subsumida pelo conhecimento, ou melhor, é retornar ao momento em que a experiência não faz parte do conhecimento sobre o qual "o conhecimento sempre fala". Assim, o real deve ser descrito, e não construído ou constituído, uma vez que não é possível

assimilar as percepções às sínteses que são da ordem do juízo, dos atos ou da predicação (Merleau-Ponty, 1996, p.4-5). É este o encaminhamento que a observação e a descrição densa de Geertz delineiam.

A descrição densa e o conceito de cultura

Entende-se por descrição densa o método de observação e coleta de dados criado por Clifford Geertz (1978) e que objetiva proporcionar a compreensão das estruturas significantes implicadas na ação social observada, que necessita primeiramente ser apreendida para depois ser apresentada. É importante destacar que inúmeras críticas têm como alvo Geertz pelo fato de este não deixar claro alguns de seus conceitos centrais, os quais só podem ser apreendidos a partir de suas aplicações nas análises que ele realiza. Dentre estes conceitos, encontra-se a definição de estruturas significantes que, em última instância, são produzidos pelos indivíduos na interação com o mundo do qual participam. Nesses termos, cada indivíduo coopta e parcialmente reproduz os ditames históricos, sociais e culturais, mas o que garante a individualidade do sujeito é o fato de cada um deles combinar de forma relativamente autônoma os significados que lhe são apresentados pelo "mundo exterior".

Assim, o "estar no mundo" não se confina na reprodução deste mesmo mundo. Para Geertz, viver se constitui na contínua operação de questionar, aceitar ou rejeitar o que lhe é apresentado ao incorporar uma versão em certo sentido própria e original de "realidade", a qual é construída por uma releitura particular da história e da sociedade (inclusive seus produtos midiáticos), isto é, um rearranjo simbólico que pode ser expresso como cultura. Na ótica do indivíduo, a composição que ele realiza são suas estruturas significantes, as quais podem ser compreendidas

também como os "andaimes" que suportam sua presença no mundo social e permite que cada um viva a sua vida. Também é a partir disto que se define a condição de cooptação e tensão que todos nós experimentamos por convivermos grupalmente.

Tal operação individual implica consequências teórico-epistemológicas que fazem os formalistas rejeitarem total ou parcialmente a importância da contribuição da antropologia geertziana. Isto porque não só se relativiza o que pode ser entendido como realidade, mas também a fala do pesquisador quanto a do pesquisado. Cada ser humano é, assim, arquiteto de sua própria realidade, algo subversivo a ponto de, pelo menos para alguns analistas, colocar em questionamento os próprios cânones científicos, mais fáceis de serem assim observados pelo prisma histórico (Peset, 1983).

O programa da descrição densa está afinado com pelo menos três ideias fundamentais elaboradas por Geertz: o conceito de cultura; a ideia do "estar lá"; e a do pesquisador enquanto autor. Para Geertz (1978), a cultura é o entrelaçamento de significados criados pelos próprios homens, e no qual eles mesmos se encontram implicados, submersos: "Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise" (Geertz, 1978, p.15). Investigar uma determinada atividade cultural, seja ela a produção ou a recepção de um produto midiático ou ainda qualquer outro fato social, implica a compreensão dos significados que estão intrinsecamente presentes no objeto de estudo. Tais significados só podem ser buscados na ação social, esta última entendida como todo comportamento dotado de significado intersubjetivo, e no contexto em que ela ocorre. Nesse sentido, a definição de cultura forjada por Geertz é essencialmente de caráter semiótico e nisto reside boa parte da empatia que os pesquisadores da área da comunicação nutrem pela proposta do antropólogo norte-americano.

Como estratégia da pesquisa de campo, a descrição densa não tem como objetivo o diagnóstico de uma cultura ou realidade, mas antes, a possível compreensão do homem e do mundo por parte do pesquisador segundo a ótica do grupo estudado, o que resulta no "alargamento do universo do discurso humano" (Geertz, 1978, p.24). Viabiliza-se com isto o diálogo – e não a clássica entrevista unidirecional realizada pelo estudioso – entre a cultura do pesquisador e a cultura do grupo pesquisado. É neste compromisso de diálogo que pesquisador e pesquisado se conhecem mutuamente e tentam entender as diferenças entre suas culturas e as estruturas significantes que ambos emblematizam. No campo da comunicação, é mediante esse diálogo que é possível (re)conhecer as ressignificações impostas aos produtos culturais, em uma operação em que o sujeito se apropria de conteúdos e os adapta às suas necessidades e ao seu pensamento, tornando possível o conhecimento e a compreensão das dinâmicas que instruem a lógica do "consumo" dos bens oferecidos inclusive pelos meios massivos de comunicação.

Utilizando um conceito de cultura avizinhado ao do arquitetado por Geertz, um dos principais expoentes dos Estudos Culturais, na vertente latino-americana, concluiu:

> Ao conceituar a cultura deste modo, estamos dizendo que a cultura não é apenas um conjunto de obras de arte ou de livros e muito menos uma soma de objetos materiais carregados de signos e símbolos. A cultura apresenta-se como processos sociais, e parte da dificuldade de falar dela deriva do fato de que se produz, circula e se consome na história social. Não é algo que apareça sempre da mesma maneira. Daí a importância que adquiriram os estudos sobre recepção e apropriação de bens e mensagens nas sociedades contemporâneas. Mostram "como um mesmo objeto pode transformar-se através de usos e reapropriações sociais". (García Canclini, 2007, p.41-42)

Outro conceito pertinente ao método da descrição densa relaciona-se à ideia do "estar lá", ou seja, da importância da presença do cientista no local investigado, o que lhe permite, a partir de sua experiência de imersão em uma nova cultura, produzir aquilo que Geertz (2008) denominou por conhecimento ou saber local. A inserção do pesquisador em determinado ambiente com o intuito de observar e compreender o mesmo constitui-se em uma ação social, ou melhor, a uma experiência, que altera em maior ou menor grau a dinâmica do local investigado, podendo gerar estranhamento e outras reações por parte dos sujeitos da pesquisa. Trata-se de uma relação semelhante aos conceitos de transferência e contratransferência utilizados pela psicanálise.[5]

O fato de o pesquisador geralmente investigar um grupo, que, de regra, mantém algum grau de afinidade e de sociabilidade entre seus componentes, o que permite o estabelecimento de uma identidade grupal e de uma subcultura que lhes são próprias, criam novos desafios para a pesquisa. Como exemplo, cita-se a experiência de uma acadêmica e jornalista que desenvolveu um estudo de recepção das notícias intensamente exploradas por um programa sensacionalista veiculado por uma emissora de televisão do Paraná que fazia a apologia de que todos os moradores de um certo bairro de Londrina eram "bandidos". A pesquisadora dialogou com os moradores da comunidade em questão e, além de todos acreditarem que as informações veiculadas pela mídia eram verídicas, excluíram apenas eles e seus parentes da pecha de meliantes. Tal constatação desestabilizou a investigadora, que esperava ponderações bem diferentes por parte da comunidade, como também desestabilizou o próprio grupo estudado, pela simples presença de uma pessoa estranha ao bairro

5 Segundo a psicanálise, a transferência é o processo mediante o qual desejos e sentimentos inconscientes são deslocados de uma pessoa a outra, ou ainda, a outros objetos externos. A contratransferência, por sua vez, é o conjunto de reações inconscientes à transferência.

que queria conversar sobre fatos que a maior parte dos membros do grupo, por cautela, preferia guardar silêncio (Polesel, 2008).

Ela estava lá e, portanto, sua presença foi condição e contingência de pesquisa.

> La habilidad de los antropólogos para hacernos tomar en serio lo que dicen tiene menos que ver con su aspecto factual o su aire de elegancia conceptual, que con su capacidad para convencernos de que lo que dicen es resultado de haber podido penetrar (o, si se prefiere, haber sido penetrados por) otra forma de vida, de haber, de uno u otro modo, realmente "estado allí". Y en la persuasión de que este milagro invisible ha ocurrido, es donde interviene la escritura. (Geertz, 1989, p.14)

O "estar lá" constitui-se sempre em um paradoxo, pois o pesquisador é o observador e o narrador de uma determinada cultura ou subcultura que ele, e apenas ele, conheceu, pois sob determinadas circunstâncias que ele, e apenas ele, experienciou. Sua tarefa é *a priori* realizar um trabalho de observação sistematizado sob a ótica da neutralidade científica, mas, ao mesmo tempo que ele deve dar provas de sua imparcialidade, tem de recorrer a sua experiência, e empenha no fato de ter estado lá a legitimidade de seus saberes.

Neste sentido, a autoridade do cientista decorre de sua fala, que atesta o que ele viu, e o problema que se impõe ao método é o seguinte: como apurar a veracidade ou realidade dos fatos descritos? Para precaver-se desta interrogação, e em função dos avanços tecnológicos a serviço da ciência, as pesquisas etnográficas têm à sua disposição instrumentos de gravação audiovisual; realizados os registros mediados pela tecnologia, eles são alçados à condição de fonte de observações e análises, sem ter havido o encontro direto entre o investigador e os sujeitos pesquisados. Acredita-se, no entanto, que esse recurso não responde à in-

terrogação acima, haja vista o caráter fenomenológico da descrição densa, uma vez que as considerações acerca das relações do pesquisador com as pessoas que estuda são relevantes para a natureza dos resultados obtidos pela investigação (Geertz, 1989, p.23). Merleau-Ponty (1996, p.3) apresenta ideia semelhante ao inferir que:

> Tudo aquilo que sei do mundo, mesmo por ciência, eu o sei a partir de uma visão minha ou de uma experiência do mundo sem a qual os símbolos da ciência não poderiam dizer nada. Todo o universo da ciência é construído sobre o mundo vivido, e se queremos pensar a própria ciência com rigor, apreciar exatamente o seu sentido e seu alcance, precisamos primeiramente despertar essa experiência do mundo da qual ela é a expressão segunda. A ciência não tem e não terá jamais o mesmo sentido de ser que o mundo percebido, pela simples razão de que ela é uma determinação ou explicação.

A descrição densa mostra-se capaz de permitir a compreensão do que ocorre no cotidiano devido às exigências de atenção que requer do pesquisador para com a observação dos comportamentos e dos fluxos de comportamentos que se articulam na forma cultural investigada. Ademais, o método, por ter influência fenomenológica, antevê que o ato de observar, descrever e analisar se constituem em uma experiência única e são sempre construções do pesquisador, este também um representante de uma cultura ou subcultura específica, dotado de uma formação acadêmica, linguagem e de uma história de vida singular, que inegavelmente definem o seu olhar e, portanto, o recorte da realidade por ele efetuado.[6]

---

6 Com isto, a proposta de Geertz enfraquece a antiga divisão entre etnografia (descrição) e etnologia (análise).

Tendo considerado a importância do "estar lá" nas pesquisas etnográficas, bem como seu caráter ambíguo, passa-se à última ideia de Geertz sobre a qual se fundamenta o programa da descrição densa. Trata-se do conceito do pesquisador como autor.

As estratégias narrativas utilizadas pelo etnógrafo que transita entre extratos culturais ou mesmo culturas distintas foram exaustivamente exploradas nas análises interpretativas de Geertz (1978; 1989; 2001; 2008), cuja concepção de linguagem recebeu influência das ideias de Ryle. Um dos principais representantes do grupo de Oxford de Filosofia Analítica, sob forte influência dos ensinamentos de Ludwig Wittgenstein, Gilbert Ryle dedicou parte de suas obras à exploração da gramática lógica. Sintetizou o programa de uma nova filosofia que buscava ultrapassar as análises linguísticas e filosóficas academicistas, vernaculares, para buscar a significação das palavras e expressões ordinárias.

A linguagem ordinária, ou seja, a linguagem do cotidiano advém das "utilizações não canônicas de uma palavra, por exemplo, as utilizações metafóricas, hiperbólicas, poéticas, ampliadas e deliberadamente restritas" (Ryle, 1980, p.38). A utilização não canônica de uma palavra ou termo, por sua vez, deriva ou do mal entendimento ou do desconhecimento de seu significado canônico, ou ainda, de uma tentativa, nem sempre bem-sucedida, de transcender o significado das palavras a fim de que se faça entender uma experiência ou conhecimento que a linguagem canônica não consegue expressar, descrever. Trata-se aqui do problema da descrição nas pesquisas qualitativas.

O programa proposto por Ryle certamente veio a ampliar as formas de descrição nas pesquisas etnográficas, o que pode ser evidenciado através dos ensaios antropológicos de Geertz, nos quais ele buscou favorecer outros recursos linguísticos, motivo pelo qual o antropólogo e seu programa da descrição densa

foram, e têm sido, alvo de sérias críticas no âmbito acadêmico (Reynoso, 1995; Cairo; Jaramillo Marín, 2008).

No prefácio à primeira edição de *El antropólogo como autor* (1989), Geertz admite a influência da subjetividade e dos dados biográficos em seus estudos e em sua própria escrita. Afirma não acreditar no caráter ontologicamente autônomo dos textos, e considera tanto as questões históricas quanto as biográficas que perpassam suas descrições etnográficas de fundamental importância para suas análises antropológicas.

A maneira como os textos provenientes de estudos etnográficos têm sido redigidos, desde a publicação em 1922 dos célebres textos de Malinowski, *Argonautas do Pacífico Ocidental*, e de Radcliffe-Brown, *As Ilhas Andaman*, passando pelos ensaios antropológicos de Lévi-Strauss, como *Tristes trópicos*, originalmente publicado em 1955, reiteravam que o papel do antropólogo era observar e descrever culturas, sobretudo as consideradas "primitivas" ou de estruturas simples. Como essas culturas eram até então desconhecidas pela civilização ocidental, era incumbência das pesquisas etnográficas transcreverem os fatos observados com o intuito de, a partir destes dados, oferecerem uma abordagem analítico-explicativa dos comportamentos e costumes analisados. É sobretudo a partir da perspectiva estruturo-funcionalista e, com menor intensidade, do estruturalismo que as críticas a Geertz fundamentam-se.

Na tentativa pouco ambiciosa de refutar as críticas à sua escrita, Geertz (1989, p.13), que nunca abriu mão do programa da descrição densa, proclamou que era necessário admitir o caráter literário da antropologia, uma vez que a substância fatual dos registros e textos etnográficos por si só nem sempre eram suficientes e convincentes. Ou seja, a amplitude ou a minúcia de uma descrição nem sempre garantem a apreensão de uma realidade, porque o alcance dos registros etnográficos baseados em argu-

mentos teóricos, fatualistas, estruturalistas, ou generalizantes podem não corresponder à complexidade dos fatos observados, complexidade esta que só pode ser abrangida à medida que se aprofunda a descrição e sua interpretação (Geertz, 1989, p.13-4).

Assim, o que garante maior veracidade ao relato antropológico é justamente a capacidade do estudioso em persuadir seus leitores de que ele "esteve lá", naquele outro mundo, com outra forma de viver e saber, o que se dá em parte pelo caráter concreto das descrições etnográficas. Porém, é Geertz (1989) quem adverte sobre a possibilidade de que dois ou mais pesquisadores tenham estado em um mesmo local, com os mesmos grupos de pessoas, e que ainda assim desenvolvam estudos e análises diferenciadas, se não contraditórias. Desta nota subtrai-se que o olhar antropológico é focado, tanto quanto o de qualquer pesquisador que se dedique a observar uma cultura ou subcultura distinta e, ainda, que a "realidade" observada é sempre relativa ao foco ou paradigma adotado e, portanto, sujeita a mais de uma forma de análise e compreensão: "*Incapaces de recuperar la inmediatez del trabajo de campo para su reevaluación empírica, escuchamos determinadas voces e ignoramos otras*" (Geertz, 1989, p.15-6).

O autor, aquele que fala, importa muito em antropologia como em qualquer outro campo científico, e sua preocupação maior deve centrar-se em sua escrita, no sentido de que ela deve expressar e transmitir "em prosa" a impressão do investigador ao entrar em contato com vidas e costumes que até então ele desconhecia ou que conhecia através da mídia ou de textos. Para Geertz (1989), muito se perde quando a maior atenção do autor dirige-se à pretensa neutralidade da escrita científica:

> Del mismo modo que la crítica de ficción y poesia se alimenta mucho más de un compromiso efectivo con la ficción y poesía mismas, que de nociones importadas sobre lo que ambas deberían ser,

> La crítica de La escritura etnográfica (que sentido amplio es tan poética como ficcional) debería nutrirse de identico compromiso con La escritura misma, y no de preconcepciones sobre lo que debe parecer para que se califique de ciencia. (Geertz, 1989, p.16)

A escrita do pesquisador deve evidenciar os fatos observados, o "saber local", e neste processo ele cria necessariamente uma identidade textual. Esta identidade textual pretende ser subsumida do processo de descrição mediante a terminologia e a linguagem científicas, e pode-se afirmar que este é um projeto de difícil empreendimento. O modo com que o autor se manifesta no texto, a maneira como constrói seu discurso, formula suas ideias e os recursos linguísticos que ele utiliza como o vocabulário, a retórica, os tipos de argumentos etc. exprimem essa identidade textual e dão indícios de sua sensibilidade e história de vida. Apesar dos claros indícios destas contingências se apresentarem em um grande número de estudos publicado de Geertz, em seu livro *After the Fact* [Depois do fato] (1995), o antropólogo fez questão de vasculhar minuciosamente tais determinantes de pesquisa não só para possivelmente oferecer uma sutil resposta aos seus críticos, mas também para reafirmar as possibilidades e os limites de seu legado intelectual.

As críticas às propostas de Geertz

Como anteriormente mencionado, as ressalvas à antropologia interpretativa de Geertz baseiam-se em seu método, o da descrição densa, e, por conseguinte à sua escrita, que pode ser considerada, não sem razão, como classicista. O texto de Reynoso (1995), intitulado como *El lado oscuro de la descripción densa*, compila as críticas endereçadas às análises da cultura conforme realizadas por Geertz a partir da segunda metade da década de

1960.[7] Acredita-se ser importante, ao apresentar a metodologia de pesquisa utilizada pela antropologia interpretativa, considerar e tentar refutar essas críticas.

A primeira crítica se concentra no questionamento acerca da veracidade do conteúdo submetido à descrição densa. Baseia-se no fato de que faltam às descrições realizadas por Geertz elementos empíricos que permitam confirmar suas hipóteses e inferências, muito baseadas em seus diários de campo e às suas próprias percepções. Ou seja, questiona-se até que ponto as suas descrições correspondem à realidade. Além disso, protesta-se acerca da falta de "entusiasmo" do autor em realizar análises comparativas que, pelo menos em tese, permitiriam a generalização de seus dados e, portanto, a ampliação da compreensão das sociedades investigadas, que para Geertz são desaconselháveis, na medida em que o pesquisador deve restringir seu objeto para melhor aprofundar o conhecimento a seu respeito.

Soma-se a esta primeira crítica àquelas que se referem à sua escrita, considerada por muitos acadêmicos como uma escrita de tendência literária, através da qual o antropólogo faria um uso abusivo de inferências e de interpretações subjetivas. Além disso, as comparações literárias das quais Geertz dispõem em seu processo narrativo também são consideradas impróprias por não se constituírem em metáforas e analogias apropriadas para a compreensão de conhecimentos científicos, como são os conhecimentos antropológicos (Reynoso, 1995).

---

7 Esta baliza temporal deve-se ao fato de nos trabalhos elaborados no período anterior a 1966, Geertz ter se apoiado, sobretudo, nos postulados do estruturo-funcionalismo e só depois deste ano ter apresentado claros elementos do conceito de teoria que ele próprio estava concebendo, os quais foram sintetizados inicialmente no ensaio "Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura", constante em seu livro *A interpretação das culturas* (Geertz, 1978), publicado originalmente nos Estados Unidos em 1973.

Aliás, é em função do uso da linguagem ordinária, mas que remete ao conhecimento erudito, como nas constantes menções que o antropólogo faz a obras literárias clássicas, nem sempre conhecidas pela maioria dos leitores e, sobretudo, pelos próprios sujeitos de pesquisa, que a escrita de Geertz pode ser considerada classicista. Trata-se de um discurso para iniciados, o que poderia de fato ser uma crítica consistente ao seu programa se este último não tivesse justamente o intuito de alargar o discurso humano dentro e a partir de uma cultura, ordinária ou erudita, comum.

Na tentativa de refutar estas críticas, mostra-se necessário primeiramente definir o conceito de "descrição" e, depois, elucidar a proposta da antropologia interpretativa conforme compreendida por Geertz, o que esclarecerá a função do pesquisador no ambiente investigado e no processo de descrição densa, além de seu papel diante da cultura e da comunidade científica que ele mesmo representa.

As ideias, no sentido kantiano, resultam de um processo de racionalização acerca de objetos ou fenômenos que se opõem às percepções que estes mesmos objetos e fenômenos representados pelas ideias podem suscitar. Enquanto conceitos, as ideias têm o intuito de expressarem algo que não pode ser visto senão através de uma determinada "categoria do olhar", aquilo que anteriormente convencionou-se denominar de "foco" (Martins, 1997). Em contrapartida à ideia como conceito, que é o substantivo, Martins (1997) evoca a existência de conceitos descritivos, adjetivos, que caracterizam, classificam e/ou expressam a natureza essencial das coisas e que são intermediados pela percepção.

Os conceitos descritivos servem para descrever, verbo que segundo o dicionário da língua portuguesa, significa "1. fazer a descrição de; narrar. 2. expor, contar minuciosamente", enquanto a descrição refere-se "ao ato ou efeito de descrever. 2. exposição circunstanciada feita pela palavra falada ou escrita"

(Ferreira, 1986, p.554). Destas definições depreende-se que descrever envolve uma ação que é dirigida a alguém, um monólogo que parece assumir a forma de uma descrição a alguma pessoa que desconhece o seu conteúdo, pois, se este interlocutor compartilhasse previamente do conhecimento de que trata a descrição, tratar-se-ia não de uma descrição em seu sentido substantivo, mas de um relato de experiência (Martins, 1997).

É condição *sine qua non* da descrição o local privilegiado daquele que descreve; ele tem acesso a dados e minúcias que permitem uma apresentação ou uma ampliação do entendimento do interlocutor, acerca do objeto da descrição:

> O mérito principal de uma descrição não é sempre a sua exatidão ou seus pormenores, mas a capacidade que ela possa ter de criar uma reprodução tão clara possível para o leitor da descrição. Poderá haver tantas descrições de uma mesma coisa quantas sejam as pessoas especialistas que vejam essa mesma coisa. (Martins, 1997, p.56)

Neste encaminhamento, é possível inferir que não existem descrições certas e descrições erradas, mas, antes, descrições boas ou más, mais completas ou menos completas, realizadas em conformidade com o rigor metodológico ou produzidas sob o signo do senso comum, se não com a rubrica do aleatório. Não há lugar para o verdadeiro em oposição ao falso em uma descrição, pois toda descrição se dá de forma afirmativa, parte de uma positividade.

> A cultura de um povo é um conjunto de textos, eles mesmos conjuntos, que o antropólogo tenta ler por sobre os ombros daqueles a quem pertencem. Existem enormes dificuldades em tal empreendimento, abismos metodológicos que abalariam um freudiano, além de algumas perplexidades morais. Esta não é a única

> maneira de se lidar sociologicamente com as formas simbólicas. O funcionamento ainda vive, e o mesmo acontece com o psicologismo. Mas olhar essas formas como "dizer alguma coisa sobre algo", e dizer isso a alguém, é pelo menos entrever a possibilidade de uma análise que atenda à sua substância, em vez de fórmulas redutivas que professam dar conta dela. (Geertz, 1978, p.321)

Tendo discutido a questão da descrição a partir de uma breve análise semântica, colocou-se em evidência o papel ao mesmo tempo privilegiado e particular que ocupa o investigador que se propõem à tarefa descritiva. Por mais asséptica que seja sua descrição e por mais que ela tente corresponder *ipsis litteris* a uma determinada situação ou cenário previamente observado, e quiçá documentado, ela só pode se realizar enquanto substantivo à medida que comunica, narra algo que o interlocutor desconhece. Por esta razão, as descrições são sempre fadadas a questionamentos, sobretudo acerca de o quanto elas de fato representam uma realidade.

A questão da subjetividade do olhar do pesquisador, que é sempre focado, aliada às contingências impostas pela identidade textual do autor que se deixam entrever, inclusive através da linguagem científica (uma vez que os conceitos implicados na linguagem canônica da qual faz parte a linguagem científica implicam uma escolha e posicionamento teórico escolhido pelo pesquisador), dá origem à segunda fonte de controvérsias acerca da antropologia interpretativa de Geertz. Aqui se faz referência à escrita literária, considerada incompatível com a linguagem científica (Reynoso, 1995).

A descrição densa é produto de uma experiência intercultural vivida pelo observador e deriva, portanto, de percepções subjetivas e intersubjetivas. Aqui se aponta para o fato de que o pesquisador estabelece comunicação interpessoal tanto com os sujeitos de sua pesquisa, membros de outra cultura, quanto com

seus pares no âmbito acadêmico, e estas comunicações são de naturezas diferentes na medida em que compartilham de códigos corporais e de significados linguísticos distintos.

A primeira necessidade do pesquisador é justamente estabelecer esta comunicação e se apropriar destes códigos a fim de aprofundar a sua interpretação acerca dos eventos observados. Sem estes códigos, a descrição não faria nenhum sentido. É justamente a procura de significado que diferencia a descrição densa de outras abordagens metodológicas de pesquisa, motivo pelo qual ela comporta estratégias narrativas e recursos linguísticos como as transferências metafóricas, as analogias e as comparações literárias.

Para Geertz, todas as formas de arte expressam a complexidade e a similaridade de certas experiências humanas universais, com as quais a maioria das pessoas pode se identificar, como o medo, a paixão, a dor etc. Proclamá-las certamente é um desafio ao pesquisador, motivo pelo qual Geertz adverte que "qualquer forma expressiva atua desarrumando os contextos semânticos" (Geertz, 1978, p.35). A descrição densa não é uma imitação, uma representação ou uma expressão de determinada cultura. Trata-se mais de um exemplo que objetiva aprofundar a compreensão de sua natureza interna.

Considerações finais

A antropologia interpretativa, conforme proposta por Geertz, está mais centrada "no refinamento do debate" do que na busca de um consenso. Esse refinamento, por seu turno, repousa na capacidade do pesquisador em aprofundar tanto sua descrição quanto a interpretação. Ou seja, ao mesmo tempo que Geertz, em seus relatos, imerge em uma nova cultura, ele não se coloca no lugar dos sujeitos observados, como do nativo, pois ele

não tem a pretensão de identificar-se com ele – como postulava o experimentalismo romântico – e sim, de dialogar com o "nativo" enquanto representante de sua própria cultura.

Enfim, Geertz compreendeu muitas das críticas que lhe foram endereçadas, como procuramos contemplar nessas páginas. Em seus ensaios, ele se mostrou atualizado a respeito dos debates acadêmicos que almejavam um consenso metodológico, alerta sobre os limites de sua descrição densa, e, em prosa, seduz o leitor a compartilhar suas viagens. Sua convicção, inabalável, acerca do método mostrava-se fundamentada teoricamente, e a descrição densa tem enriquecido tanto as pesquisas etnológicas mais recentes quanto o desenvolvimento da história nova.

Aplicada com maior precisão e empenho pelos pesquisadores inseridos no campo da comunicação, o arsenal oferecido pela antropologia interpretativa pode resultar em estudos mais comprometidos com a vida social e com as sensibilidades individuais e coletivas, não só ampliando o território da aceitação do humano que existe em todos nós como também oferecendo respostas eficientes ao diagnóstico, infelizmente ainda verdadeiro, segundo o qual "comunicação e antropologia dão-se muito bem e comunicam-se muito mal" (Samain, 1998, p.9).

Referências bibliográficas

BERGER, C.R. Por que existem tão poucas teorias da comunicação? In: MARTINHO, L. C. (Org.). *Teorias da comunicação*: muitas ou poucas? Cotia: Ateliê, 2007. p.43-79.

BERTOLLI FILHO, C. A pesquisa no campo da Comunicação e os conceitos de cultura. *Revista Comunicação Midiática*, 2013.

CAIRO, C. del; JARAMILLO MARÍN, J. Clifford Geertz y el ensamble de um proyecto antropológico crítico. *Tabula Rasa*. Bogotá, n.8, p.15-41, ene.-jun. 2008.

FERREIRA, A.B. de. *Novo dicionário da língua portuguesa*. 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

GARCÍA CANCLINI, N. *Diferentes, desiguais e desconectados*. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

______. *El antropólogo como autor*. Barcelona: Paidós, 1989.

______. *After the Fact*: Two Countries, Four Decades, One Anthropologist. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

______. *Nova luz sobre a antropologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

______. *O saber local*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GILES, T. R. *História do existencialismo e da fenomenologia*. São Paulo: EPU, 1975. 2v.

GORMAN, R. A. *A visão dual*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

HUSSERL, E. *Ideias para uma fenomenologia pura*. 2. ed. Campinas: Ideias & Letras, 2008.

KELLNER, D. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

LOPES, L. C. *O culto às mídias*: interpretação, cultura e contatos. São Carlos: Edufscar, 2004.

______. Hermenêutica, teorias da representação e da argumentação no campo da comunicação. In: LOPES, M. I. V. de (Org.). *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. p.163-185.

LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. de R. (Coords.). *Vivendo com a telenovela*: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LULL, J. *Medios, comunicación, cultura*. Buenos Aires: Amorrortu, 1997.

MARTINS, J. A. A pesquisa qualitativa. In: FAZENDA, I. (Org.). *Metodologia da pesquisa educacional*. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1997. p.48-58.

MERLEAU-PONTY, M. *A fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PAIVA, R.; BARBALHO, A. (Orgs.). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

POLESEL, C. R. *Tempo quente:* produção e recepção da violência. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp, Bauru, 2008.

PESET, J. L. *Ciencia y marginación*. Barcelona: Crítica, 1983.

REYNOSO, C. El lado oscuro de la descripción densa. *Revista de Antropologia*. Buenos Aires, n.16, 1995. Disponível em: <txtantropologia.files.wordpress.com/2007/08/reynoso-carloos-el-lado-obscuro-de--la-description-densa-www.txtdeantropologiawordpresscom.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2013.

RYLE, G. A linguagem ordinária. In: SILVA, O. P. A. P. (Org.). *Ensaios*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p.37-52.

SAMAIN, E. Apresentação. In: WINKIN, Y. *A nova comunicação*: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus, 1998. p.9-12.

SODRÉ, M. *Reinventando a cultura:* a comunicação e seus produtos. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAVANCAS, I.; FARIAS, P. (Orgs.). *Antropologia e comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

Eles não usam black-tie: a focalização da vida operária no cinema de Leon Hirszman

Arlindo Rebechi Junior[1]

Distanciar é ver em termos históricos.

Bertolt Brecht

Ponto de partida

Eles não usam black-tie, peça escrita em 1955 por Gianfrancesco Guarnieri, estreou no início de 1958 com uma montagem do Teatro de Arena de São Paulo. Historicamente, a peça demarcou a vinda da classe trabalhadora ao cenário do teatro brasileiro, pela primeira vez um espetáculo acomodara o proletariado na condição de protagonista. Se tomarmos a data em que a peça foi escrita e a data de estreia do filme homônimo de Leon Hirszman, veremos que 25 anos se passaram. Trata-se de um dado

1 Doutor em Letras (Literatura Brasileira) pela Universidade de São Paulo (USP). Docente do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru, atuando nessa mesma instituição no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. E-mail: arlindo@faac.unesp.br.

posto de lado por muitos críticos do filme, podendo aí estar o primeiro horizonte de comparações válidas para uma mais justa análise do filme. Cronologicamente, da feitura da peça ao filme, estes 25 anos modificaram, de modo substancial, a realidade brasileira em diversos campos: artes, política, entre outros. Não podemos esquecer que os anos de 1960, decênio-chave entre a peça e o filme, polarizaram duas formas de ações: de um lado, no início da década, a esquerda brasileira formulava uma agenda bastante original com apostas na utopia revolucionária, seja ela no campo das artes ou da política; numa outra ponta – que se alongaria até o início dos anos 1980 – viria a ditadura militar para desfazer quaisquer possibilidades desta esquerda e instituir um modelo conservador na política brasileira. Tanto a peça como o filme apresentam-se como tentativas de reflexão sobre suas épocas a partir de um ponto comum: a classe trabalhadora em suas relações, motivos e projetos de formulação de uma nova realidade. No caso específico do filme de Hirszman, por se tratar de uma tradução da peça, pode-se dizer que ocorreram – como veremos a frente – muitos ajustes na costura da trama: conservou-se o que ainda estava vivo para a época, seriam as situações-problemas mantidas; enterrou-se aquilo que já não era como no passado; e lançaram-se novas marcas daquilo que se apresentava como novidades, afinal estávamos na abertura política brasileira pós-ditadura e numa nova fase de luta dos trabalhadores com destaque para os movimentos do novo sindicalismo, sobretudo o de atuação na região do ABC paulista.

Para o momento, assinalemos mais de perto os problemas levantados por este ensaio, a começar pelo descarte e a incorporação pelo cineasta das marcas presentes no texto teatral. Sabendo das diferenças existentes entre o teatro e o cinema, aqui interessa destacar o modo como o filme de Hirszman acomodou uma leitura da peça, ajustando elementos e rejeitando outros presentes na trama original. É um trabalho que buscará indicar os modos

pelos quais o discurso narrativo presentificado pelo filme me apresenta fatos e personagens e em que ordem estes são apresentados. Em termos mais específicos, a viabilização desta análise do filme de Hirszman possui um fio condutor. Trata-se da questão do ponto de vista e o modo como o seu narrador vai focalizar os personagens e cenários na trama fílmica. Nosso ponto de partida, portanto, pressupõe que todas estas marcas presentes no filme são moduladas e evocadas pela figura de um narrador e será a partir dele que apontaremos como todos estes elementos engendrados ganham especificidade no discurso cinematográfico em face do discurso teatral. Sublinha-se: uma especificidade que é também motivo de ação e reflexão sobre o Brasil em seu contexto de abertura política, o que levou, por conta disso, a alguns críticos intitularem o filme como "transposição contemporânea" ou "adaptação com atualização".[2] Convém ainda ressaltar que este ensaio não centraliza seus esforços na análise da peça, mas também não nega que sua utilização, em termos comparativos, é algo necessário e pode ser aqui recorrente.

Pelas vias da peça, pelas vias do filme

De início, contrapor a trama da peça à trama do filme faz o seu sentido e pode ajudar a compreensão das opções discutidas por nós quanto aos modos de focalização presentes na narrativa fílmica, como mais a frente veremos.

A peça é dividida em três atos, sendo cada um deles composto por dois quadros. Excetuando o primeiro quadro, em que se faz a apresentação e motivos dos principais personagens e que ocorre duas semanas antes do quadro subsequente, a demarcação temporal da peça é bastante nítida. Tudo que acontece do quadro II

2 Cf. Stam (1984); Segall (1982); Febrot (1982).

do primeiro ato ao quadro II do último ato ocorre no período de três dias: um sábado, um domingo e uma segunda-feira.

O primeiro ato da peça tem a sua função, dentro dos acontecimentos dramáticos, de apresentar tanto os personagens numa ambientação dos cenários quanto a primeira situação problema do personagem e protagonista Tião, cuja namorada, Maria, está grávida, fator este que motivará os dois personagens a decidirem, às pressas, por um noivado no prazo de duas semanas. Em paralelo à festa de noivado, que já acontece no quadro II, deste mesmo ato, um novo fator entrará em cena: estava decretada a greve, tema de contínua preocupação por parte de Tião e que será geradora de inúmeros conflitos com seus familiares, sobretudo com seu pai Otávio, um antigo militante de esquerda e um "greveiro dos bons". O espaço delimitado e exposto pelos dois quadros é marcado pela miséria e a precariedade da vida de operários que moram no morro. Veja-se, por exemplo, a proposta cenográfica que o texto da peça aponta em suas rubricas: caixotes a servir como bancos no espaço da casa e colchões que são dispostos no chão para fazer as vezes de cama no espaço improvisado de um suposto ambiente comum do barraco. A exposição de Tião a este ambiente revela a sua primeira cisão, a sua não inserção ao ambiente ali posto. Com o desenrolar da peça, notaremos que estão em jogo para Tião os seus desejos de não participar daquela vida precária e dura do morro. Seu relato, diante da preocupação da iminente gravidez de Maria, antevê uma situação que se tornaria uma constante durante todo o seu trajeto na peça e que seria um dos motivos de suas decisões mais tarde tomadas no que se refere à greve. Assim diz: "Eu gostaria que tu tivesse tudo, num queria que minha mulhé vivesse num barraco [...] Eu é que não me ajeito muito no morro" (p.25).[3]

3 Todas as citações da peça foram extraídas da quarta edição de *Eles não usam black-tie*, de 1985, como se indica na listagem das referências. A partir de agora apenas indicaremos os números de páginas.

Se Tião não se ajusta ao espaço do morro e já se revela reticente com as questões de uma possível greve – conforme diz: "sempre dá bolo" –, Otávio é o seu oposto nestes termos. O pai de Tião logo em suas primeiras exposições deixa claro que não há outra maneira de angariar as reivindicações dos operários que não passe pelos braços cruzados e pelas máquinas paradas, sua síntese: "se não pagá, greve". Um pouco antes do início da festa de noivado, a segunda conversa entre Tião e Otávio confirmaria os dois pontos de vistas distintos. De um lado Tião aponta que a greve não leva a nada, de outro lado Otávio confirma que só ela poderá ser a via da dignidade do trabalhador.

Focalizemos mais as ações dramáticas do noivado de Tião e Maria durante o quadro II, que acontece num dia de sábado. Por coincidência, este será o mesmo dia em que se decide a greve por meio da assembleia dos trabalhadores. Da festa, primeiramente, o que temos acesso são os seus preparativos. Estão Chiquinho, o irmão mais novo de Tião, e sua namorada Terezinha, Romana, a mãe de Tião, e Otávio fazendo os últimos ajustes. Nos diálogos entre Romana e Otávio está em destaque, pela primeira vez em análise na peça, a suposta não inserção de Tião em seu grupo social do morro, mais um indicativo de que algo poderá acontecer mais à frente. A noiva Maria chega à festa antes que o noivo, que logo em seguida aparece, expondo uma história um tanto que estranha: fora abordado por um cineasta de nome italiano, Antônio Di Rocca, e convidado para participar de testes para futuros trabalhos. Mais tarde veríamos que a história não passava de uma invenção do próprio personagem. Outros personagens ainda chegariam à festa, como forma de apresentação destes aos espectadores. São eles: Jesuíno, grande amigo de Tião, e sua namorada Dalva; e o irmão de Maria, João, representando a família da noiva. Por fim, seria Bráulio, companheiro de Otávio e Tião na fábrica, que viria com a notícia da greve decretada. Uma notícia, porém, que seria amenizada com o nascimento dos gêmeos, filhos de uma vizinha no morro.

Os acontecimentos durante um domingo na vida dos trabalhadores é o centro do segundo ato.[4] Ao início do quadro I, Tião e Romana compõe a primeira conversa, cuja tônica é a briga (não exposta pelo ato anterior) entre Otávio e o filho durante a festa de noivado.[5] O ponto alto deste quadro, todavia, acontecerá momentos depois desta conversa, quando Tião se encontra com Jesuíno no espaço interno do barraco. Ambos dialogam sobre qual decisão tomar: aderir ou não à greve. Para Tião, a decisão de furar a greve deve ser uma decisão que aponta para a coragem dos atos com uma real exposição dos seus motivos e, portanto, não deve ser às escondidas, como sugere seu colega Jesuíno. A preocupação do Tião aqui exposto neste quadro é a de um personagem sem muitas esperanças na modificação pela luta dos seus pares – companheiros de convivência cotidiana no morro e na fábrica – com as classes dirigentes. Sem esperanças, o herói

4 Sábato Magaldi foi um dos críticos que colocou que neste ato da peça ocorre uma perda dramática. Disse ele: "a matéria não está bem distribuída, para que a tensão cresça de ato para ato [...] o segundo tem feitio intimista, em que as personagens procuram definir-se para si mesmas antes do desfecho; do ponto de vista dramático o segundo ato perde em intensidade e vigor" (Magaldi, 1962, p.131). Iná Camargo Costa, num caminho diferente, mesmo oposto, apontou o seguinte sobre o segundo ato: "o achado de Guarnieri, colocando de modo realista os seus trabalhadores num *domingo*, dia de *prosear* para famílias de trabalhadores favelados, que não têm poder aquisitivo para outras formas de lazer, e às vésperas de uma greve, consiste em selecionar – em função da greve – os temas que frequentaram aquela *prosa* descompromissada de quaisquer exigências de tipo dramático" (Costa, 1996, p.27).

5 Iná Camargo Costa vai apontar que esta passagem pode ser considerada uma espécie de desdramatatização de um tema: "o feito do dramaturgo consistiu em pôr em ação uma das modalidades do efeito do distanciamento conceituado por Brecht, pois transferiu este momento do confronto entre pai e filho do seu lugar natural de um ponto de vista dramático (noite de sábado do primeiro ato), onde ele é relatado com duas determinações adicionais: o relato é feito por uma testemunha (a mãe) e um dos contendores (o pai) não está presente. Com isto, ao invés de dar ao tópico um tratamento épico, pois, além de Romana limitar-lhe a um relato seco, ela critica com firmeza a incompreensão do jovem filho" (Costa, 1993, p.149).

recua e não se torna solidário à luta; sua decisão estava, então, feita: restava furar a greve, falar com o gerente e ficar do seu lado. Mais tarde, no último ato, Tião, quando diz que furou a greve, vai confirmar a Maria esses mesmos motivos: "Eu entrei, furei a greve, o encarregado tomou nota do nome da gente. Deu mil cruzeiros pra cada um de gratificação e disse que a gente não ia arrependê. Pra mim é o que basta" (p.99). O que escoa de Tião é a sua vontade de alcançar uma nova classe social, mesmo que para isso faça uma certa adesão (e ele vê esta a única maneira) aos favores dos que estão em estratos sociais mais privilegiados. E mais, está ali suplantado o seu desejo de não mais ali pertencer, embora pertença. Deste ponto de vista, sua frase torna-se bastante modelar da situação: "O negócio é conseguí gente com boas relação [...] Daí é subi"(p.70).

O quadro II deste segundo ato, por sinal o mais curto deles, vai expor o último diálogo entre Maria e Tião antes da greve no dia posterior. Acontece, especificamente, no domingo à noite, quando os dois personagens, depois de um passeio pelo parque, chegam em frente à casa de Maria. O que demarca esta conversa é o modo como Tião vai agir durante a greve. Maria pede a Tião que não se meta em encrenca (entenda-se por não aderir à greve).

O último ato, que ocorre numa segunda-feira, torna-se o de maior movimentação em comparação aos demais, pois nele Tião confirmará sua decisão tomada em conversa com Jesuíno; Otávio será preso e libertado; por fim, Tião sofrerá os acertos com o pai e com a noiva. Embora sejam os acontecimentos da fábrica, com ocorrência longe do morro, o motivo das ações dos personagens neste ato, nós só teremos acesso à greve pela mediação do que acontece no ambiente interno do barraco. O quadro I inicia-se com os desencontros entre o pai e o filho. Tião acorda mais cedo que Otávio e segue antes. Depois de ambos saírem, Maria é quem chegará para uma conversa com Romana. Ela revelará que está grávida. A chegada de Tião, em meio à conversa

anterior, traz as novidades, inclusive que dezoito operários furaram a greve – ainda não sabemos que Tião é um deles. A notícia de sua não adesão se confirma com a chegada de Bráulio, que veio com a missão de avisar Romana sobre a prisão de Otávio. Defendendo-se das palavras de Bráulio, que o acusa de agir individualmente, Tião argumenta de tal modo que suas justificações – embora procurem ser o contraponto – confirmam as palavras de seu interlocutor: "greve é defesa de um direito. Eu não quis defender meu direito e chega!" (p.100). Diante da notícia da prisão de Otávio, Romana decide pela sua busca no Dops. Todos a acompanham, exceto Tião. O último quadro deste ato faz um salto temporal para o início da noite desta mesma segunda-feira, iniciando com o diálogo entre Tião e o seu cunhado João dentro do barraco. Discutem a decisão tomada por Tião e suas possíveis consequências, entre elas a inviabilidade da vivência do personagem no espaço do morro. Em meio à conversa, Maria chega e alerta sobre a festa que já estava sendo feita no morro para Otávio, agora não mais na prisão. Num primeiro momento, Maria sugere que Tião deixe o morro, protelando as conversas e os acertos. Ele, de modo autêntico, diz: "o que tem que ser, tem que ser". Maria chega a comentar: "eu tou do teu lado", o que não se confirmaria, integralmente, momentos depois. Numa última conversa, ela negaria a proposta colocada por Tião de sair do morro. Seu arremate é apontar que Tião preferiu a briga com todos por medo. Tião confirmaria não só o medo da greve, mas o medo de ser operário, este sim maior. Do acerto com o pai, ficam as palavras mais duras, aquelas que não mais reconhecem a legitimidade de Tião como filho e que serão consolidadas com a sua expulsão. Consciente do ato, Tião vai ainda dizer que não fizera tudo aquilo por covardia. Mas já era tarde para qualquer reconhecimento, até porque ele não cumpriria uma volta mais solidária às lutas. Pouco restava a Tião. À Romana, solitária na cena, ainda podia chorar mansamente enquanto escolhia feijões.

Se a maior parte da peça tem o seu desenvolvimento em três dias, como já notamos, o filme de Hirszman já não oferece esta mesma demarcação. As ações principais se estendem e acontecem no período de um pouco mais de uma semana, desde quando Tião e Maria voltam do cinema, num sábado à noite, até o dia da grande greve, numa segunda-feira, mesmo dia da morte de Bráulio. A demarcação espacial é também outra; não mais temos todas as ações circunscritas ao espaço interno do barraco, que aqui se transforma em casa de periferia e cuja composição interna dos objetos sugere uma nova ordem de coisas: o lampião, presente na peça, que fornecia a luz é substituído pela presença da luz elétrica, parte já integrante da vida operária, tal como a geladeira, o ferro elétrico e a televisão com os seus canais, referência direta à entrada dos meios de comunicação de massa na vida cotidiana dos trabalhadores nos anos de 1970. Embora exista o espaço de encenação interno à casa – não só a de Tião, mas a de Maria também –, a opção do cineasta coloca também em destaque os espaços externos, lugar onde os personagens possam dispor suas experiências e seus sistemas de motivos. Por isso, a câmera buscará por todo o seu percurso, durante o filme, os pontos de atenção que estejam compatibilizados com demonstração das conjunções dos personagens e as razões de suas ações. Do ponto de vista do drama presente na trama fílmica, Tião será focalizado e acompanharemos, do início ao fim, seus problemas, suas relações e suas decisões. Numa outra via de construção da trama fílmica, a greve é o que seu narrador buscará focalizar. Diferentemente do que ocorrera na peça, aqui a greve não mais se ajusta a uma limitação espacial que fixa toda a ação no espaço interno de um barraco, ela está nas ruas e nos conflitos presentes, dentro e fora da fábrica. Em outros termos, acompanhamos o seu percurso dos preparativos à deflagração.

Embora alternadas, interpenetrantes e vezes simultâneas, cruzando-se a todo momento, é possível, como procedimento de

análise, apontar a segmentação de uma e de outra via, seja ela da câmera que percorre Tião, seja daquela que percorre as ações da greve. Comecemos pelo drama tratado por Tião.

Distintamente da peça, que já se inicia dentro do barraco, com a chegada de Tião e Maria em meio à chuva, o filme em seu início busca a construção descritiva de um espaço de referências, demarcando uma nova época e um novo arranjo de significações históricas, tanto do ponto de vista material – entendido aqui pelos objetos e cenários presentes no espaço-tempo dos personagens –, como do ponto de vista ideológico – aqui as reivindicações e desejos dos trabalhadores estão definidos pela época em que vivem e pelo que trazem de experiências do passado. Antes de ter contato com os personagens e cenários, tenho contato com o som. O primeiro plano começa com um enquadramento não nítido (sem foco) acompanhado da variação da música tema, que estará presente em outras tonalidades junto ao personagem Tião. Neste momento, ainda atribuímos significado pelo letreiro que forma na tela o nome do filme e pela continuidade da música. A seguir, com a câmera em foco – agora possuo a nitidez da imagem –, o plano geral colocará em destaque Tião e Maria a sair do cinema. O cartaz de *Star Trek: o filme* na saída do cinema dá a indicação de mais uma marca, confirmando em que época estamos. Em continuidade com este início, o plano imediato abre a sequência do casal em meio ao passeio pelas vitrinas. De maneira distinta da peça, o mundo do personagem que temos contato já não é mais o morro; há uma certa focalização que coloca ambos os personagens em contato com um certo mundo do consumo, seja pelo que notamos da indústria cinematográfica – é o caso do cartaz e do espaço do cinema –, seja pelo que notamos da indústria fonográfica – quando ambos se deparam com uma loja de discos –, ou seja ainda pelas andanças entre as lojas, lugar simbólico de exposição deste mundo. Formulava, assim, o contexto inicial de ambiência dos personagens, um cenário que

não mais estaria visível daquela forma durante o filme, mas que ganharia outros contornos críticos, como é o caso da presença da televisão.[6] Num certo momento do terceiro plano, quando os olhares deixam de fitar as vitrinas das lojas e se entrecruzam, algo parece se revelar entre os personagens, há algo que desestabiliza a situação de equilíbrio inicial. Dentro do ônibus, dois planos imediatos a este, teremos o primeiro diálogo entre Tião e Maria, confirmando o que o olhar anterior sugeriu: ela possui um segredo do rapaz e precisa contar-lhe. Sua confissão, o segredo sobre a gravidez, acontecerá momentos depois, já no espaço interno da casa de Tião, um mundo já bastante distinto daquele inicial. Neste novo mundo, demarca-se uma situação de vida na periferia. Veja-se, por exemplo, a câmera que acompanha o casal no seu trajeto da descida do ônibus à entrada da casa, mas que, no meio do caminho, altera sua focalização para expor e sublinhar a violência policial diante do violeiro do bar. Se Juvêncio, o violeiro que não vemos na peça, mas que escutamos, apresenta-se lá como o grande tocador e compositor do samba-tema, aqui o violeiro do filme recebe outras marcas, sofre a violência dos abusos do Estado ao ser atacado pelo policial à paisana: "lugar de violeiro é no Nordeste". Dada essa demarcação espacial e exposição de situação problema no contexto da relação entre Tião e Maria, a chegada de Otávio vem fechar o prólogo inicial do filme, definindo quais são os problemas iminentes do protagonista. Com o pai, chegam as notícias de uma possível greve, o que levará Tião

6 Sobre esta crítica presente no filme sobre a televisão, há um artigo publicado na revista *Cinemais* defendendo que os momentos de convívio com o veículo são momentos de alienação dos personagens (Cf. Autran, p.157-169, fev. 1999). Ao nosso ver, certamente, há uma dosagem de análise crítica quanto ao tratamento da televisão pelo filme, mas algo que, talvez, não possa definir o veículo como fonte de determinação de um projeto alienador dos personagens ou como forma de criação de uma ideologia da integração nacional, como é apontado pelo artigo.

a pensar ainda mais em sua situação. Com este prólogo fecha-se também a primeira parte desta segmentação sob o ponto de vista do drama particular do personagem.

Alterando a ordem presente na peça, depois desta introdução dos personagens e cenários, não saltamos para a festa de noivado – diga-se de passagem, nem sequer acontece no filme –, mas para o dia seguinte, um domingo de manhã, dia de folga dos trabalhadores. Com o domingo, inicia-se uma nova fase do drama pessoal do personagem, que, convencionalmente, chamamos de segunda parte. Acompanhamos, a partir de então, os desdobramentos dos seus conflitos e os modos de resolução propostos pelo personagem até o momento de sua decisão diante da situação de maior instabilidade – início da última fase em sua jornada. Tião, neste dia de domingo, aparecerá em cena por três vezes e na seguinte ordem: diante de Jesuíno, de Maria e de seu pai. Com o primeiro, sua conversa se faz numa mesa de bar, expondo não só os seus medos de uma latente greve, o que reafirmaria, diante do espectador, seus medos e ansiedades em torno da impossibilidade de seu casamento com Maria, mas também a defesa e as razões de sua atitude a ser tomada mais à frente no filme, quando furaria a greve de modo transparente (sem simulações), consciente e corajoso. Pilares de um herói dramático que se quer, desde o início, ser autêntico. Com a namorada, tanto no espaço público de diversão dos operários, o parque na beira da represa, quanto no espaço privado, o quarto da casa de Cilene (amiga de Maria), a câmera percorre o personagem para marcar a tônica de suas preocupações. Com o pai, o conflito não é atenuado. Diante do alerta de Otávio, que sugere que o filho esteja caminhando em sentido contrário ao da luta operária e, assim, oferece, segundo a sua visão de mundo, uma ajuda, Tião tomará a posição de recusa – afinal, para ele, dentro daquele estrato social, não haveria outra pessoa que pudesse ajudá-lo, a não ser ele mesmo.

Com a segunda-feira, temos o primeiro acesso ao ambiente das fábricas. Lá, Tião, deslocado dos demais trabalhadores, aparecerá não para discutir e julgar as demissões de outros oito companheiros, mas como o rapaz que se preocupa com o futuro do seu drama; precisa ainda alugar uma casa, arranjar uns cobres para o casamento e, sobretudo, não pode perder o emprego. Na noite daquele mesmo dia, Tião teria outro conflito com seu pai, uma espécie de presságio para o que aconteceria depois. A representação deste conflito coloca em cena de forma mais direta algo que ficou relegado no plano da peça ao diálogo entre Romana e Tião, no início do segundo ato. No caso do filme, defendemos que não se tratava de um conflito de gerações entre pai e filho. Trata-se, na verdade, do conflito entre aquilo que é o drama do personagem e sua forma de representação e aquilo que é formalizado pela trama da história da greve, com suas discussões políticas e sua tentativa de síntese do momento histórico brasileiro. A opção de Hirszman (como veremos adiante) demonstra sua intenção de mover para a forma da composição fílmica a intersecção, conflituosa por sinal, destas duas vias tratadas pela trama. Do ponto de vista do drama de Tião, este conflito se resolveria apenas na ocasião do seu encontro com seu pai, dois dias depois, no café da manhã, quando Otávio ficaria sabendo que seria avô, questão que não atenuaria seu acerto de contas ao final.

Concomitante à morte do pai de Maria, decreta-se a greve geral. Os momentos que antecedem a greve, no domingo à noite, são também os momentos em que a relação do casal sofrerá com o assunto. Tião proíbe Maria de participar da greve, mas é ela quem toma e dá a tonalidade da cena, mostrando-se diferente daquela menina indefesa presente na peça. Ao menos, não se aproximava daquela menina que tentava apenas sugerir uma opinião ao protagonista, demonstrando resignação em muitos momentos.

Ao começar os acontecimentos da greve, o drama de Tião chega ao seu ponto alto. O fato confere ao personagem o momento de fazer suas opções. Entramos na terceira parte da segmentação. A decisão de não aderir à greve, que ainda poderia gerar alguma dúvida no espectador, vai se consumar, e Tião entrará na fábrica aos berros de seu pai, que novamente será preso. Uma não adesão do personagem sublinhada pelo seu discurso às avessas aos companheiros fura-greves. Em contrapartida, é também o momento da adesão máxima de Otávio, que discursará aos companheiros sobre os motivos e os direitos de uma greve, confirmando a fama de bom "greveiro" presente na peça. O acerto final de Tião com o pai e a namorada já tinha o seu motivo. Precisava o cineasta, no arranjo da trama fílmica, colocar o protagonista ante os outros dois. Tião deveria ter uma razão para sair da fábrica e encontrá-los. O motivo escolhido veio da participação de Maria na greve. Fora violentada por capangas à paisana e levada ao hospital e, assim, Tião fora chamado. Após o desencontro ocorrido no pronto-socorro, Tião conseguirá falar com Maria apenas na casa de sua mãe. Lá, acontece o seu conflito derradeiro com a namorada. Mais uma vez aqui, a escolha de representação posta pelo cineasta parece indicar um novo nó entre as duas vias, a da história da greve e da luta dos trabalhadores e do drama de Tião: agora é Maria quem defende o ponto de vista da luta dos trabalhadores. Passado este conflito, era a vez do acerto com o pai, com a expulsão de Tião de casa e o desfecho do seu drama particular.

Se pensarmos que os atos da peça indicam uma segmentação do drama de Tião – Primeiro ato: descobre-se a gravidez e acontece a festa de noivado; Segundo ato: revela quais são as intenções de Tião no que se refere a sua decisão de não aderir à greve; Terceiro ato: Tião fura a greve e ocorre o acerto de contas com seu pai e sua noiva –, o filme de Hirszman, com os devidos ajustes e supressões, mantém um certo ponto de vista sobre o perso-

nagem presente na peça. Isto é, se apenas ficarmos com o drama de Tião e esquecermos os demais. Já quando o filme busca tratar as questões da greve, sem a recorrência a este drama particular, a abordagem do cineasta, muita dela composta com o uso de uma montagem alternada, aponta para um outro caminho, refletindo de forma mais aguda os problemas históricos do período. É o caso de toda a segmentação do filme a partir da história da greve. Veremos que neste caso não se trata de encontrarmos três fases do evento, mas apenas de acomodá-lo à trama.

A greve aparecerá pela primeira vez no filme pela boca de Otávio, antigo militante das lutas dos trabalhadores que foi preso durante a ditadura e, por esta razão, Tião não fora, integralmente, criado pelos pais. Em função de uma montagem que aponta para a alternância das ações, acompanhamos ora a greve, ora o drama de Tião. Em ambos os grupos de acontecimentos, há um projeto de narração que lida com o tempo de forma consecutiva, que nos termos de Christian Metz seria chamado por sintagma cronológico do tipo narrativo alternado.[7] Enquanto o protagonista está no bar em diálogo com Jesuíno, Bráulio e Otávio fazem o boca a boca entre os trabalhadores em frente à igreja. Enquanto Tião curte o momento de domingo com a namorada na casa da amiga, Otávio e os demais trabalhadores fazem uma reunião em uma associação para decidir os encaminhamentos de uma possível greve. Os fatos, porém, surgem diante do espectador de modo alternado, o que não diminui a capacidade das imagens (com suas sequências) em colocar as coisas que acontecem ao mesmo tempo e de modo consecutivo.

---

7 Segundo esta definição de Metz, este tipo de montagem "oferece alternadamente duas ou mais séries de acontecimentos, de modo que, no interior de cada série, as relações temporais sejam de consecução, mas que, entre as várias séries tomadas conjuntamente, a relação temporal seja de simultaneidade (o que se pode traduzir pela fórmula: 'alternância das imagens = simultaneidade dos fatos')" (Metz, 1972, p.151).

Na primeira segunda-feira tratada no filme, temos uma situação de desestabilização da organização dos trabalhadores. Depois do plano geral em que a multidão de operários entra na fábrica, corta-se para um plano de conjunto em que Otávio, Bráulio e Santine, um personagem que não existia na peça, discutem, momentos antes do início do turno de trabalho, as demissões ocorridas. Será também o momento de exposição de um conflito interno presente durante todos os dias de organização da greve. Trata-se das divergências entre Otávio e Santine. O alinhamento ideológico do primeiro personagem foge aos sectarismos, propondo sempre a resolução das questões pela organização do trabalhador, convencendo-os pela prática da conscientização política. Para ele, é preciso escolher o momento mais estratégico para atuação e o enfrentamento do conflito de classes. Já para o segundo, a tônica é o jogo das truculências e da ação no calor da hora, correspondendo esta a única via possível de enfrentamento do conflito entre classe operária e classe dirigente.

Todavia, estas movimentações até então tratadas no filme não passavam de suposições, representavam jogos internos a favor ou contra a greve. Na peça, decretar a greve não passou pelo embate destes conflitos internos dos operários – deve-se lembrar que Bráulio, já no final do primeiro ato, trouxe a resolução da assembleia. No filme temos acesso ao ambiente interno da fábrica, conhecemos melhor quem são estes companheiros, para depois termos a greve decretada. Outra mudança no ponto de vista é o seu momento. Se, na peça, ela surge em meio à festa, no filme ela está em meio ao funeral de Jurandir, pai de Maria e morto depois uma tentativa de assalto. Soma-se a isso: o peso desta greve não ter, em última instância, a concordância de Otávio e de Bráulio.

A segunda-feira da greve é o momento da materialização dos conflitos. A começar pela demarcação da música inicial que pontua a abertura da sequência com um plano geral. Neste temos o espaço dos portões da fábrica, caracterizando um momento de saturação que se aproxima. O corte confirma que uma nova

composição se forma, um plano de conjunto revela policiais fazendo a dispersão de trabalhadores. Na contrapartida, no corte seguinte, vemos num plano de conjunto trabalhadores, nitidamente, numa tentativa de convencer outros operários sobre a importância da greve, o movimento de câmera indica o aumento da movimentação, que se confirma com os gritos de "trabalhadores unidos jamais será vencido". Até então, ainda não reconhecemos nenhum personagem em particular. O próximo corte orientará o espectador ao reconhecimento. A câmera focaliza Otávio e Santine em mais um conflito interno dos trabalhadores, que se desfaz com a repressão policial. O corte para o plano americano revela o enquadramento de Otávio, Bráulio, Santine, que juntos de outros trabalhadores, correm da repressão em direção a um espaço que ainda o espectador não sabe identificar. Um próximo plano oferece acesso ao drama de Tião, um plano de conjunto que define o espaço e a situação do personagem. Tião tenta entrar na fábrica e é barrado por alguns outros operários. Em seguida, policiais o ajudarão. Quando já tínhamos em focalização apenas Tião, que calmamente se preparava para adentrar os portões, eis que surge a voz de seu pai. Só agora, quando o corte coloca em cena Otávio e Santine, veremos que aquela corrida seguia em direção ao espaço do portão principal da fábrica. Estavam frente a frente o pai e o filho, momento em que Otávio seria preso e Tião entraria para a fábrica.

Num outro momento do conflito, teremos acesso à greve mediada por um narrador que acompanha Maria e sua amiga Cilene. Espécie de contraponto a Tião, Maria aqui quer ser solidária à classe. Sua situação confirma isso: está grávida e faz a opção de enfrentamento às repressões na porta de fábrica, sofrendo os danos por isso.

O desfecho final da história da greve ganha tonalidades trágicas. Depois de Bráulio libertar, junto com Romana, Otávio, ele segue novamente para o campo de luta da greve. Seu papel, conforme recomendação do amigo Otávio, será controlar os âni-

mos de Santine. Na ordem da montagem dos acontecimentos da trama, a nova focalização de Bráulio ocorre após as sequências dos acertos familiares com Tião. O corte inicial é para os trabalhadores na saída da fábrica. Temos a câmera que, na porta da fábrica, se movimenta entre os operários em busca de uma focalização que ainda não está bem definida para o espectador, em busca de uma certa especificidade de personagens, que terá seu curso completo no encontro com Santine, Bráulio e mais alguns outros trabalhadores. A cena é pontuada pelo som, uma música com motivo de suspense, como algo se anuncia na trama. Planos seguintes apontam para um novo elemento presente em cena, trata-se de um carro policial, de onde descem dois policiais vestidos à paisana. Em novo corte, a tonalidade à cena é demarcada pela presença da repressão policial contra os operários. A volta na focalização dos personagens (Bráulio, Santine e outros) é o início do conflito final. Após o jogo de planos e contraplanos que evidenciam o binômio repressão e movimentação trabalhadora, temos o corte para o plano que compõe os últimos lances da greve presentes no filme. Primeiramente, estamos diante do plano de detalhe da arma; com o movimento de câmera descobriremos que quem a carrega é um dos policiais que saiu do carro. No mesmo plano, nosso olhar é centrado para o matador que, por sua vez, centra seu olhar sobre Bráulio, que está junto dos demais trabalhadores e é o alvo já anunciado pelo companheiro policial. O tiro é certeiro e com o movimento de *zoom*, que se aproxima do conglomerado de trabalhadores, constatamos a morte de Bráulio nos braços de Santine.

Do drama burguês à forma épica

A montagem indicou a alternância de ações de uma via e de outra. É, no entanto, quando estas se cruzam que ocorre o

que chamamos de desdramatização da forma dramática com a intenção de um encaminhamento ao modelo de ação épica. É o que tentaremos demonstrar pela análise de duas sequências, cuja proposição central de ambas é deixar o espectador em situação de análise em face do que se apresenta na tela, espécie de desconforto crítico presente no filme. Para os dois casos, o drama de Tião é bloqueado – elimina-se, momentaneamente, sua ilusão – e temos na tela a abertura para a argumentação agressiva, despertando o espectador para a observação das determinantes sociais presentes nas relações dos personagens.

A primeira sequência está posta no espaço interno da casa, durante a reunião familiar para o jantar na primeira segunda-feira tratada no filme. O espaço da esfera privada representado pela casa de Otávio e Romana será esquematizado, como veremos, mais do que o espaço de discussão dos dramas particulares, mas como o espaço por excelência de exposição política e de projeto retórico de conscientização. Vale lembrar que este espaço, em outros momentos do filme, já se firmava deste modo. É o caso da primeira aparição de Otávio, já vinha ele com a notícia da possibilidade da greve, inserindo no contexto do drama de Tião mais uma desestabilização. Foi ainda neste espaço da casa que Otávio recebeu a notícia trazida por Bráulio da greve decretada. Nela também o pai teve que decidir pela expulsão do filho, pois como afirmou aquela não era a casa de um fura-greve. Se a casa configura já este tipo de espaço, delimitado pelos conflitos, nada mais válido do que escolher o momento do jantar, quando toda a família está presente, como a hora mais própria para desfilar os valores e reflexões sobre a realidade do operário. Compõem a mesa: Otávio, Tião, Terezinha e Chiquinho, todos estes sentados, e Romana, que serve os pratos e está de pé. Temos dentro da cena, basicamente, três posições de câmera: uma que do mesmo ponto faz a opção da focalização a partir da movimentação: ora para a família inteira, ora apenas Tião de perfil, ora para Otávio; uma

outra posiciona-se como contracampo à anterior, detendo-se no primeiro plano de Tião; e uma última que toma a mesa por outra posição, onde apenas Tião está de frente e os demais de costas. Mas apenas apontar os lugares de onde saem estes olhares não é suficiente para comentar o ponto de vista criado pelo narrador.

O plano inicial da sequência sugere uma primeira composição do quadro, definindo os lugares dos personagens no espaço. Com todos reunidos, a sugestão ao olhar define uma rotina de reunião familiar depois de um dia de trabalho, esta presente no filme e não na peça. Romana, acompanhada pela câmera que, lentamente, abre-se aos demais já sentados à mesa, é quem traz a sopeira num ritual que parece se repetir nos gestos do cotidiano familiar. Com a câmera já fixada, tomando todos os personagens, a ela se encaminham os primeiros diálogos, quebrando o silêncio da cena: é Otávio que reclama da recorrência da sopa nos jantares; é Terezinha que recusa o jantar num primeiro momento, mas aceita em seguida; é Otávio, em nova fala, que insere o assunto da fábrica, reencaminhando todos os demais diálogos presentes no jantar para o plano da esfera de discussão pública de cunho político. O que, notadamente, parecia ser o ato do cotidiano familiar de mais um jantar ganha outras tonalidades na cena. A demissão de oito operários entrava na pauta da conversa. O segundo plano já é uma reação à ideia posta na mesa. Isolado na cena está Tião de perfil; sem olhar diretamente a ninguém, ele alerta seu pai sobre o risco de este também perder o emprego. Para Tião, não estava em jogo a situação do trabalhador, da qual seu pai era mais um entre tantos outros, mas a situação particularizada do seu drama, como frisou: "não vai ser fácil, para mim sozinho, sustentar duas famílias". O movimento de câmera, deixando agora Otávio isolado na cena, é a resposta inicial ao drama de Tião. O pai reafirma sua capacidade como operário. A resposta, porém, de Tião, agora focalizado do foco de visão de seu pai, reitera que no seu jogo está em pauta nada mais que sua situação

particular, a qual, em seguida, mais uma vez, seria recusada. A crítica à situação particular do protagonista, que, segundo o entendimento do pai de Tião, não é passível de ser modelo de luta para os trabalhadores, intensifica-se na proporção que Otávio distancia-se de seu personagem e torna-se o comentador[8] dos arranjos históricos, inserindo, de forma privilegiada, a luta proletária na ordem das coisas. Deste distanciamento de Otávio surge um narrador que independente do foco de visão da câmera – ora isolando-o na cena, ora colocando-o junto dos demais –, entoa o discurso das lutas coletivas cuja importância está acima das histórias individuais. Deste Otávio virá os comentários mais ácidos, colocado nas brechas do drama de Tião, quase que tornando um discurso de sobreposição com nítida finalidade didática de alerta sobre o tempo histórico de então. Seu teor e tônica confirma isso: já não vivemos mais numa ditadura militar, os tempos já são outros; os trabalhadores estão se organizando, portanto, o momento é de olhar para frente, levantar a cabeça e participar da luta, o que sugere uma clara alusão à luta implementada pelos trabalhadores do ABC paulista em finais do decênio de 1970. Enviesado ao drama de Tião, manifesta-se o plano épico

8 Parece-nos que este é um dado de presença do efeito do distanciamento da teoria de Bertolt Brecht, na qual o espectador "começando a estranhar tantas coisas que pelo hábito se lhe afiguram familiares e por isso naturais e imutáveis, se convence da necessidade da intervenção transformadora [...]. A teoria do distanciamento é, em si mesma, dialética. O tornar estranho, o anular da familiaridade da nossa situação habitual, a ponto de ela ficar estranha a nós mesmos, torna nível mais elevado esta nossa situação mais conhecida e mais familiar" (Rosenfeld, 2000, p.151-152). Em ambos os casos por nós tratados, nas duas sequências, o recurso utilizado para o efeito do distanciamento é o do ator como narrador. Nele, o ator não representa da maneira tradicional, identificando-se em absoluto com seu papel. "O ator épico deve 'narrar' seu papel, com o 'gestus' de quem mostra um personagem, mantendo certa distância dele. Por uma parte da sua existência histriônica – aquela que emprestou ao personagem – insere-se na ação, por outra se mantém à margem dela. Assim dialoga não só com seus companheiros cênicos e sim também com o público" (Ibid., p.161). Ver também Brecht (1978).

em que o momento de representação sugere o mesmo momento de abertura política do qual o filme participava. Está em jogo a recuperação da vontade histórica do trabalhador e a consciência proletária, depois dos anos de ditadura.

Dentro da cena, o que se nota é que todo seu desenho mantém os contornos de um momento do cotidiano, que só é quebrado com a intervenção das palavras de Otávio, que se distancia da figura familiar para se tornar comentador de um tempo histórico. Um tipo de narração que independe do centro de focalização da câmera. A visão da câmera, apoiada de três pontos distintos, torna-se nesta cena apenas técnica de exposição. Seus cortes e sua montagem não definem uma certa relação ideológica com os personagens. Uma relação que apenas se efetiva quando o projeto retórico do discurso de um deles, no caso Otávio, vem à tona por um modo que não deixamos de reconhecer sua participação no drama particular do filho, mas, sobretudo, o que fica sublinhado, ganhando amplo destaque, é sua participação de militante e analista da situação geral da classe trabalhadora no contexto pós-ditadura.

O plano de ação épica também aparecerá em outro momento do filme, no acerto do personagem Tião com a namorada. Vejamos mais de perto esta sequência. Lembro que reconheço o início desta sequência no momento quando Tião entra na casa à procura de Maria, depois de já ter furado a greve.

Plano 1: Câmera na mão acompanha a entrada de Tião na casa. Ele segue pelo corredor até alcançar um dos quartos da casa. Uma música pontua todo o seu trajeto.

Plano 2: Ainda sob a mesma música, imagem de Maria e Cilene deitadas na cama. O foco de visão é do personagem Tião. Notamos, assim, que a câmera se identifica com o olhar do personagem, embora não necessariamente com seu ponto de vista.

Plano 3: A continuidade da música ainda pontua este plano. Tião é focalizado de frente, em primeiro plano.

Plano 4: Não há mais música na cena. Imagem de Maria e Cilene deitadas. O foco de visão já não é mais de Tião, que entra pela lateral direita do quadro, acordando com sua presença as duas personagens. À pergunta de Tião sobre o que acontecera, Maria se mostra ríspida. Cilene sai do enquadramento. Inicia a confusão entre Tião e Cilene.

Plano 5: Maria, sentada à cama em primeiro plano, defende a amiga.

Plano 6: Cilene e Tião, primeiramente, em plano americano. Com a descida da câmera, Cilene sai de cena, ficando no enquadramento Tião e Maria. Ele de frente e ela de costas.

Plano 7: Maria sentada em primeiro plano. Ela recusa qualquer toque de Tião, que a chama de anjo. Sua resposta:

> Maria: Tira a mão de mim. Anjo o caralho! Arrebentada, fudida, levando murro na barriga. Isso é que eu sou. Não tenho nada de anjo, não.
> Tião (não o vemos): O que te aconteceu, Maria?
> M: Aconteceu pra todo mundo. Você é um grande filho da puta, Tião. Tava um massacre na porta daquela fábrica. Nós somu merda pra eles e tu lá dentro, de bom moço, vendo teu pai levando cacetada, sem sangue pra reclamar, pra reagir, porra!

Plano 8: Tião em primeiro plano. Ele ainda ouve Maria. Sua expressão já é outra da inicial, tenta falar alguma coisa, mas não consegue e continua a ouvir sua namorada:

> M: Eu não queria que você fosse herói, eu queria que tu fosse gente.

Plano 9: Começa a sequência de planos e contraplanos feitos a partir de primeiros planos dos personagens. Maria está em primeiro plano e continua a falar:

M: Qual é o seu ideal na vida, hein? É uma mulherzinha fazendo comidinha gostosa. É um filhinho estudando num coleginho legal, tudo limpo. Eu também quero o limpo e gostoso. Eu também quero uma vida decente, mas não a esse preço.

Plano 10: Primeiro plano de Tião, que apenas ouve Maria.

M: Eles tão fudendo a gente e tu ajudando a fuder. Que vergonha, Tião! Que vergonha!

Plano 11. Imagem de Maria de frente e Tião de costas. Maria continua seu discurso:

M: Vai te embora. Teu filho quase não existe mais por causa de porrada da polícia, viu, garoto besta. O médico disse que não foi nada de mais. Só sangrou, não mexeu com o feto. Se esse filho nascer, ele vai ser só neto do Otávio. Eu vou ter vergonha de dizer que ele é filho do Tião.
T (de costas, em meio a sua fala, a câmera começa a fechar o *zoom* até enquadrar apenas Maria em *close*): Tá nervosa, menina. Tudo isso é nervo. Tá meio maluca, aí, como todo mundo. Não é nada disso. Vocês não veem direito. Vocês se entregam, porra, fazem besteira. Quem leva vantagem é quem percebe a merda que é isso aí e sabe se virar.
M: Vai embora, Tião! Olha, sem mais nada, tá. Sem noivado, sem casamento, sem porcaria nenhuma. Que você fizesse besteira, tudo bem. Eu tava até sabendo, mas teu estômago. Aguentar tudo aquilo de cabeça baixa. Tião, você ficou sendo merda, percebeu?

Plano 12: Imagem de Maria de frente e Tião de costas. O reenquadramento, com o movimento de câmera, acompanha Tião que se levanta, torna-se pensativo a olhar para o chão até sua explosão de violência, batendo contra o armário.

Plano 13: Imagem de Maria sentada na cama. Ela faz sua provocação à reação de Tião, que reagirá, mais uma vez, de modo violento.

> M: Bate, bate em mim também, bate no teu pai, na tua mãe, nos teus companheiros. Em nós você quer bater, deles você aceita gorjeta.
> M (depois de receber o tapa na cara de Tião, cujas mãos apenas aparecem): bate mais, bate mais. Fizeram escola esses filhos da puta.

Plano 14: Primeiro plano de Tião, atônito à situação. Ouve ainda as últimas palavras de Maria:

> M: Tira mais sangue.
> T: Eu...eu é que tiro sangue.

Depois disso, já ouvimos a chegada de Otávio e os demais. Acompanhamos, por fim, a saída de Tião do quarto.

Da chegada de Tião (plano 1), com sua entrada no quarto onde está Maria, à sua saída (plano 14), depois de ter ouvido as duras palavras da namorada, o conjunto de planos se ligam pela continuidade de ações. É a chegada, é o acerto de contas, é a saída do personagem. Porém, do ponto de vista épico, a sequência acomoda um outro ensejo: coloca em destaque as engrenagens do mecanismo de luta do trabalhador, expondo Tião como modelo de alienação. Destacar Tião como modelo de análise requer que o modo de narrar pare a ação do drama particular e se guie por outros parâmetros. É o caso do início da sequência. Nos três primeiros planos, temos um narrador que ajusta os nossos olhos aos olhos do drama de Tião. Com a música seguimos os seus passos, demarcamos uma ligação afetiva com ele. Foi-se a música, foi-se a ligação. O plano imediato, plano 4, é esta passagem para o campo do conflito. O narrador já se distancia do objeto narrado enquanto drama do personagem. No jogo de planos e

contraplanos, que se inicia no plano 9, fica a tentativa de um narrador que deseja imprimir marcas de uma suposta objetividade, como que não buscando aderir, ideologicamente, a um ou outro personagem, deixando para o campo retórico dos personagens quaisquer definições. Supondo esta tal objetividade, mas, então, o que explica dentro da fatura narrativa a suspensão do drama particular de Tião, sua crise e um novo tipo de modulação épica implementada na cena, refletindo o lugar mais geral da luta dos trabalhadores?

Deve-se, em grande medida, pela atuação de Maria, que busca um efeito evidente de distanciamento de seu personagem. Temos uma Maria quase que de frente para a câmera (caso dos planos 5, 7, 9, 11, 12 e 13); em suas expressões não mais identificamos aquela personagem afetuosa e de tintas melodramáticas, a qual, inicialmente, questiona Tião se este a amava. Aqui, diferentemente, Maria não é mais personagem do drama de Tião, mas, sim, sua comentadora e analista dos atos, sugerindo as prováveis implicações de suas decisões para o conjunto de luta. Maria, no papel de comentadora, desafia-o a sair do seu próprio drama. Tião ouve, mas rejeita qualquer adesão, ainda para ele era presente a ideia (veja-se o plano 11, sua fala) que não existem muitas alternativas, apenas uma possível: ajustar-se à engrenagem e buscar, por si só, a saída. Desde o início, importava para Tião angariar de volta o afeto da namorada, buscando reconstituir o espaço dramático e, quase folhetinesco, da relação a dois com juras de amor. Uma tentativa de voltar ao mesmo espaço que acompanhamos no início do filme, quando o casal voltava do cinema, ou daquele espaço da diversão de domingo, quando o casal passeia pelo parque e pela casa da amiga Cilene. Espaço ilusório, tal como o do drama burguês, que será rejeitado por Maria.

Na peça, Maria é a grande aposta do protagonista quanto à resignação e concordância de seus atos perante a greve. No

segundo ato da peça, Jesuíno alerta Tião que Maria pode não gostar de sua atitude de não adesão. Prontamente, a resposta do personagem afirma sua certeza: "Maria é minha mulé e gosta de mim. O que eu fizé ela vai achá certo!" (p.73). Embora, ao final da peça, veríamos que Maria não aceitaria tão bem esta situação, notamos em muitos pontos a sua anuência voluntária em apoio a Tião, ou seja, aponta-se para uma ruptura não integral com os dramas particulares do personagem.

Diferentemente, aponta a construção da narrativa no filme. Neste, já se desenvolve uma Maria de contornos mais definidos e de opinião mais precisa. Altera-se do tipo mais condescendente da peça para uma personagem de presença no processo da greve e das lutas. Significa dizer que acompanhamos uma Maria que, além de não permitir o mando do namorado, quer modificar seu estado de coisas. Sua modificação, porém, permite-se partir de um pressuposto diferente daquele idealizado pelo drama de Tião. Deste ponto de vista, o pensamento de Maria poderia ser considerado como a antinomia do pensamento de Tião. Mais do que isso, fica como hipótese: que o pensamento de Maria, na sequência, é o espaço aberto para ação épica, enquanto que o pensamento de Tião constitui o espaço formalizado do drama. Ambos só ganham relevo aos olhos do espectador quando postos em face de oposição recíproca, evidência trazida apenas nestes momentos de picos conflituosos presentes não só aqui, mas em várias sequências do filme.

Considerações finais: uma metáfora entre exemplos

O desfecho para o drama de Tião é a exclusão do personagem do ambiente onde não se adaptava. Não havia mais espaço para ele. E o caso da greve? Há desfecho, além daqueles dos aconte-

cimentos e da tragédia? O que fica em cena? Há ainda entoado o canto da esperança ou o do desencanto em face dos problemas da realidade do trabalhador brasileiro? Analisar as cenas depois da morte de Bráulio pode ser um caminho para se discutir a metáfora final trabalhada pelo filme, abrindo para um tipo de ambiguidade de grande presença no cinema moderno.

Depois da morte de Bráulio, personagem de claras ligações com Santo Dias – operário morto em 1979 –, cortamos para o desfecho do drama de Tião, que toma um ônibus, representando sua saída daquele mundo. O corte seguinte será para um conjunto de três sequências finais do filme, sendo que duas delas (a primeira e a última) ligam-se em torno da morte de Bráulio.

Deste conjunto, a primeira sequência coloca em cena o velório de Bráulio e a última destaca-se uma grande passeata, legítima representação (encenação) dos momentos de transformações durante a abertura política, quando diversas classes e instituições (igrejas, estudantes, intelectuais, sociedade civil, trabalhadores) se unem na defesa democrática. Ali Bráulio é mártir, exemplo a ser seguido de luta. Não há mais o drama de Tião, nem tampouco há greve em cena. Importa o momento único da vontade operária, quando a voz abafada do trabalhador ganha o canto da esperança, pondo em prática uma nova concepção de tempo histórico. Não é à toa que, durante o velório, Otávio comenta a Chiquinho que, num certo dia, Braúlio será ensinado nas escolas; de operário transformara-se em personagem histórico. Não um personagem "qualquer", é aquele que arranhará as pesadas, e muitas vezes intransponíveis, páginas dos livros didáticos.

Mas o que está sugerido pela sequência intercalada entre estas duas? Trata-se de uma sequência em que as ações dos acontecimentos não mais importam para compor a cena. Estão sentados à mesa Romana e Otávio. Ela no centro da mesa, ele na sua cabeceira. Depois de notarmos pelos dois primeiríssimos planos

a expressão de ambos os personagens, passamos para o detalhe das mãos, imagem-centro de toda a sequência. O plano detalhe define os contornos desta parte singular do organismo de ambos os personagens, partes estas que se tocam, num claro reconhecimento da união e esperança dos novos tempos. Encontrava-se a síntese própria da sua diversidade e funções, às quais Bosi chamou de "trabalhos da mão": "parece ser próprio do animal simbólico valer-se de uma só parte de seu organismo para exercer funções diversíssimas" (Bosi, 2000, p.67). Sugestão metafórica alcançada pelo filme a partir de uma mão que leva em si, na sua corporeidade e materialização da sua forma, as experiências do passado por elas vividas. De uma mão que retoma os gestos do cotidiano. De uma mão que gesta os novos tempos. De uma mão que sente a vida apanhada no chão de fábrica. Da mão que é força de trabalho. Da mão que explora a outra mão. Da mão que é explorada. Da mão que carrega o caixão. Da mão que escolhe o feijão, separa os possíveis dos não possíveis. Da mão que oferece o feijão escolhido. Das mãos que se juntam. De uma mão que "aponta com gestos o eu, o tu, o ele; o aqui, o aí, o ali; o hoje, o ontem, o amanhã; o pouco, o muito, o mais ou menos; o um, o dois, o três, os números até dez e os seus múltiplos e quebrados. O não, o nunca, o nada" (Bosi, 2000, p.67). Das mãos de Romana e Otávio, e outros tantos.

Referências bibliográficas

AUTRAN, A. O nacional popular em *Eles não usam black-tie*. *Cinemais*, n.15, p.157-169, fev. 1999.

BOSI, A. *O ser e o tempo da poesia*. 6.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BRECHT, B. *Estudos sobre teatro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

COSTA, I. C. A crise do drama em *Eles não usam black-tie*: uma questão de classe. *Discurso*, n.20, 1993.

COSTA, I. C. *A hora do teatro épico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

FEBROT, L. I. *Black-tie* em defesa. *Novos Estudos Cebrap*, v.1, n.2, p.20-24, abr. 1982.

GUARNIERI, G. *Eles não usam black-tie*. 4.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.

MAGALDI, S. *Panorama do teatro brasileiro*. Rio de Janeiro: Difusão Europeia do Livro, 1962.

METZ, C *A significação no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ROSENFELD, A. *O teatro épico*. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

SEGALL, M. Mistificando como antigamente. *Novos Estudos Cebrap*, v.1, n.2, p.18-26, abr. 1982.

STAM, R. They don't wear black tie. *Cineaste*, v.XIII, n.2, 1984.

O futebol em prosa e o futebol em poesia: o modelo semiológico proposto por Pasolini antecipado nas crônicas de Nelson Rodrigues[1]

José Carlos Marques[2]

Em 3 de janeiro de 1971, o cineasta italiano Pier Paolo Pasolini (1922-1975) publicou no diário *Il Giorno* o artigo "Il calcio 'è' un linguaggio con i suoi poeti e prosatori" ("O futebol 'é' uma linguagem com seus poetas e prosadores"). Traduzido e publicado no Brasil como "O gol fatal" (*Folha de S.Paulo*, Caderno Mais, 6/3/2005), o texto anunciava, basicamente, duas formas estéticas de se praticar o futebol: uma em prosa (modo europeu) e outra em poesia (modo sul-americano). O cineasta condensava nesse artigo uma das principais oposições semiológicas a que o futebol assistiria após a realização do Mundial de 1966, na

1 A inspiração para este artigo tem origem na comunicação oral "Futebol em prosa e em poesia – A oposição futebol-força x futebol-arte pelos *media* brasileiros após o Brasil 1 x 3 Portugal, no Mundial de 1966", apresentada por este autor por ocasião do II Congresso de História e Desporto, evento realizado na Universidade Nova de Lisboa – Portugal, de 30 a 31 de maio de 2013.

2 Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru, e do Departamento de Ciências Humanas da mesma instituição. Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol) e integrante do Ludens (Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas sobre Futebol e Modalidades Lúdicas). E-mail: zeca.marques@faac.unesp.br.

Inglaterra: o vigor físico e a disciplina tática dos europeus (características aglutinadas em certa medida em torno do conceito do "futebol força") contra a habilidade e o talento técnico dos sul-americanos (romantizados no conceito do "futebol arte"). Neste trabalho, analisaremos essa oposição entre futebol-arte (ou futebol em poesia) e futebol-força (ou futebol em prosa) ao lado da contribuição do jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues, reconhecido atualmente como um dos mais emblemáticos e importantes cronistas desportivos do país e que já antecipava esse embate em seus textos de jornal.

Campeão nos Mundiais de 1958 e 1962, o Brasil buscava em campos ingleses, na Copa de 1966, o tricampeonato inédito e, consequentemente, a posse definitiva da Taça Jules Rimet. Entretanto, o confronto com Portugal e a consequente derrota brasileira expuseram as fragilidades e os equívocos da preparação do "escrete". Mesmo assim, a defesa apaixonada que Nelson Rodrigues fazia do futebol brasileiro apontava ainda outros culpados para o insucesso nacional: as arbitragens pusilânimes, a violência dos europeus e a soberba da anfitriã Inglaterra – cujas pressões políticas culminariam com a conquista da Copa disputada em seus domínios. Tal reação aponta ainda para uma recusa contundente dos padrões europeus de prática do futebol, debate que se intensificava na imprensa brasileira após a derrota nesse torneio.

Se, por um lado, Nelson antecipa em suas crônicas esse juízo binário entre a força e a arte do futebol, como se verá mais adiante, por outro lado tal oposição dicotômica ganhará uma formulação mais estrutural e mais "semiológica", se assim podemos dizer, por meio do já citado Pasolini. Bastante influenciado pelo resultado da Copa de 1970 no México – quando o Brasil vence o torneio e assume a supremacia do futebol por ser o primeiro país a conquistar três títulos mundiais no futebol –, o cineasta destacava em seu ensaio, entre outros elementos, que os futebolistas brasileiros teriam uma "capacidade monstruosa de driblar".

De acordo com Pasolini, uma das formas estéticas de se praticar o futebol, o futebol em prosa, seria apanágio dos europeus. Que tipo de jogo seria esse? Aquele elaborado sistemicamente, com uma organização de jogo coletivo, fundamentado por uma série de passagens "geométricas". A outra forma estética seria o futebol em poesia, praticado nomeadamente pelos sul-americanos, de forma geral, e pelos brasileiros, de forma particular. O futebol de poesia seria portando o das sinuosidades, dos dribles, da quebra das linearidades, como o dos momentos de gol: "Cada gol é sempre uma invenção, uma subversão do código", dirá Pasolini.

Talvez de modo inconsciente, Pasolini condensava em seu artigo um dos principais antagonismos que, ao longo das décadas de 1960 e 1970, será evocado para analisar o futebol na imprensa brasileira. A derrota melancólica do Brasil no Mundial de 1966 e sua consagração heroica no Mundial de 1970 acendem um movimento pendular entre jornalistas desportivos, preparadores físicos, técnicos e atletas diante da prática futebol: de um lado, os defensores do preparo físico e dos arranjos táticos das equipes; de outro, os defensores da habilidade e do talento técnico dos futebolistas. Ou, se quisermos outra formulação: de um lado, a valorização da força, do treinamento e da disciplina; de outro lado, a recusa veemente dos padrões europeus da prática do futebol e a oposta valorização do drible e da magia. Se quisermos voltar ao ponto de partida, a oposição dar-se-ia entre um futebol jogado como prosa e outro jogado como poesia – ainda que poucos no Brasil, sejam jogadores, sejam jornalistas, conheçam sua formulação original.

Interessa-nos destacar aqui que a convergência ontológica que se estabelece entre Pasolini e Nelson Rodrigues advém por meio de vias distintas. O primeiro utiliza-se de conceitos e autores caros à tradição semiológica e estruturalista em voga nos anos de 1960 e 1970, e cita textualmente em seu texto Roland Bar-

thes, Algirdas Julien Greimas e Vladimir Propp, além de conceitos retirados da fortuna crítica de André Martinet e Ferdinand de Saussure. Poderíamos alargar esse juízo e dizer que o cineasta, ainda que de forma provocativa, procura caminhar calcado por uma *episteme* bem constituída teoricamente – e possivelmente derive daí o fascínio causado por sua formulação entre o meio acadêmico e intelectual. O segundo, Nelson Rodrigues, opera por meio de juízos impressionistas, colocando em ação uma *doxa* particular, que serviria em larga medida para constituir uma chave de interpretação do futebol e da cultura brasileira (o que, em linhas gerais, quisemos demonstrar com nossa leitura a propósito das crônicas do dramaturgo – Marques, 2012).

O fascínio (controverso) da *episteme* de Pasolini

O texto já referido de Pasolini permaneceu adormecido no Brasil por quase três décadas. Coube a José Miguel Wisnik, professor de Literatura da Universidade de São Paulo, ser um dos principais difusores de tais ideias pasolinianas, primeiramente em eventos e diversas entrevistas concedidas a jornais e revistas no final da década de 1990; depois, e de forma mais orgânica, por meio de sua obra *Veneno remédio, o futebol e o Brasil* – belíssimo ensaio interpretativo publicado em 2008 e ainda pouco digerido pelo meio acadêmico nacional. Nesse livro, o cineasta italiano é citado em nada mais nada menos do que em 24 páginas – quase que invariavelmente em torno da oposição futebol em prosa x futebol em poesia. Para Wisnik, uma das contribuições de Pasolini seria a de ter fornecido um modelo estrutural para a compreensão do futebol mundial:

> Influenciado, e não sem humor, pela voga semiológica da época, identificava processos comuns aos campos da literatura e do

> futebol: pode-se dizer que via na prosa a vocação linear e finalista do futebol (ênfase defensiva, passes triangulados, contra-ataque, cruzamento e finalização), e na poesia a irrupção de eventos *não lineares* e imprevisíveis (criação de espaços vazios, corta-luzes, autonomia dos dribles, motivação atacante congênita). Sugeria com isso, pela via estética, uma maneira de abordar o jogo por dentro, e nos dava, de quebra, uma chave original para tratar da singularidade do futebol brasileiro. (Wisnik, 2008, p.13)

Para Wisnik, ainda, o futebol brasileiro teria a capacidade de imprimir no futebol europeu, especialmente no futebol inglês, uma outra lógica criativa e poética (Wisnik, 2008, p.178). Tudo isso seria aclarado a partir do arcabouço binário definido por Pasolini, que colocava em lados distintos as potências eurocêntricas num polo, e as nações periféricas (latino-americanas) em outro polo:

> O mote pasoliniano, formulado num momento muito particular do apogeu do futebol-arte, em que a distinção entre a prosa e a poesia futebolística era de uma evidência e de uma pertinência centrais, permanece, a meu ver, como um modelo simples e estimulante para comentar, mesmo quando pelo avesso, as transformações do futebol durante esses tempos e a insistente natureza *elíptica* do futebol brasileiro – sua ancestral compulsão a driblar a linearidade do esporte britânico. (Wisnik, 2008, p.14)

Entretanto, as ideias pasolinianas não ganharam apenas juízos eufóricos entre nossos pares. Leitura muito menos "generosa" desse modelo foi realizada pelo poeta, tradutor e crítico literário Regis Bonvicino, em texto intitulado "Questionando Pasolini", publicado na revista *on-line Sibila* (da qual ele próprio é editor e colaborador) por ocasião da Copa do Mundo de 2010. Para Bonvicino, o cineasta italiano apenas teria perpetuado es-

tigmas em torno da oposição que se estabelece entre as nações ricas e as nações pobres e que as coloca, por meio do capital, cada uma em seu posto:

> Creio que o texto [de Pasolini] repete os mesmos clichês a respeito do futebol (e das culturas), verdadeiros preconceitos que se perpetuam até hoje, e que põem "cada país e cada raça em seu devido lugar". (Bonvicino, 2010)

Bonvicino talvez enxergue no texto pasoliniano aquilo que lá não está e denuncia, de modo muito peremptório, o que ele chama de preconceito que estaria camuflado naquilo que, à primeira vista, poderia ser uma exegese ao futebol praticado pela Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1970:

> Frases pasolinianas como "se o drible e o gol são o momento individualista-poético do futebol, o futebol brasileiro é, portanto, um futebol de poesia" evidenciam um preconceito mais do que uma verdade: os latino-americanos não podem participar, competitivamente, do mundo global (e ele o é, ao menos, desde 1970, com Richard Nixon), sob pena de perderem sua "poesia". Se o futebol é metáfora da vida, como dizia Jean-Paul Sartre (1905-1980), Pasolini foi generoso demais com essa indústria. (Bonvicino, 2010)

Outro texto que se debruça de maneira bastante meticulosa sobre a proposta pasoliniana de leitura do futebol, preferindo antes descrevê-lo com rigor a julgá-lo apressadamente, é o de autoria de Élcio Loureiro Cornelsen, professor de Literatura na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Publicado em 2006 na revista *Caligrama* com o título "A 'linguagem do futebol' segundo Pasolini: 'futebol de prosa' e 'futebol de poesia'", o artigo, coincidentemente, chega a uma conclusão que não difere muito da de Bonvicino: "Parece-nos que não é por acaso o fato do declínio da 'arte' no futebol ter se desenvolvido sobretudo a

partir da exploração mercadológica no esporte , tornando-o mais uma 'mercadoria'" (Cornelsen, 2006, p.196-197).

A nosso ver, o objetivo de Pasolini, ao afirmar que "O jogo de futebol também é um 'sistema de signos', ou seja, é uma língua, ainda que não verbal", aproximava-se mais de uma reflexão estética sobre o ludopédio do que de uma tentativa de compreensão do esporte por força de seu caráter mercantilista ou alienante – algo que, sintomaticamente, será levado a cabo por outro pensador italiano, o semiólogo Umberto Eco (1984), com seus demolidores artigos "A falação esportiva" (publicado originariamente em 1969, antes do Mundial do México e, portanto, contemporâneo do artigo de Pasolini) e "O mundial e suas pompas" (este publicado às vésperas do Mundial da Argentina, de 1978). Nesse sentido, o modelo de Pasolini estaria mais próximo da tentativa espinhosa presente na obra também pouco explorada – cá no Brasil – sobre os aspectos estéticos que envolvem o esporte. Referimo-nos ao livro do pensador alemão Hans Ulrich Gumbrecht, *Elogio da beleza atlética*, lançado em 2007 no mercado editorial brasileiro. Para ele, a má vontade que intelectuais dedicam aos esportes, de forma geral, estaria relacionada ao fato de que seus juízos investem quase que invariavelmente para a sublimação dos aspectos comerciais que estão por detrás das competições e torneios e para o fato de que experiências de gozo estético, para muitos, derivariam sempre de manifestações artísticas já consagradas. Pouca atenção, todavia, seria dada à compreensão do esporte por meio da fruição estética que dele poderíamos extrair, na condição de meros espectadores:

> Não achamos apenas difícil elogiar o esporte, também achamos difícil admitir que o fascínio pelo esporte possa ter raízes respeitáveis no âmbito do apelo estético.
>
> A maioria das pessoas que se consideram cultas tendem a acreditar que experiências estéticas só podem ser desencadeadas por

> um conjunto limitado de objetos e situações consagrados: por livros que se apresentam como "literários", pela música executada em salas de concerto, por quadros pendurados em museus ou por dramas que se desenvolvem num palco. (Gumbrecht, 2007, p.36)

Para nós, esses juízos mais apocalípticos sobre o esporte não conseguem sobreviver quando o apelo estético do esporte é colocado à mesa, como propõe Gumbrecht. E, a despeito de toda mercantilização possível, o que dizer da fruição que nos vem sendo proporcionada, já há alguns anos, pelos jogadores que mais se têm notabilizado pela arte do drible, reatualizando continuamente o tal futebol de poesia, como são os casos dos brasileiros Ronaldo Fenômeno, Ronaldinho Gaúcho e Neymar, do argentino Lionel Messi e do português Cristiano Ronaldo? Todos esses atletas, goleadores em suas equipes, perpetuam o fascínio poético do futebol: "O artilheiro de um campeonato é sempre o melhor poeta do ano", como nos procura ensinar Pasolini. Além disso, a presença em campo de um craque como esses aqui citados seria capaz de provocar aquilo a que o mesmo Gumbrecht chamou de epifania:

> [a] aparição inesperada de um corpo no espaço, que de repente assume uma bela forma que se dissolve de maneira tão rápida e irreversível, pode ser encarada como uma espécie de epifania. Essas epifanias, acredito, são a fonte da alegria que sentimos ao assistir a um evento esportivo, e elas marcam a intensidade de nossa resposta estética. (Gumbrecht, 2007, p.46)

As aproximações entre a leitura de Bonvicino e Cornelsen, no entanto, param por ali. O poeta-tradutor insiste na demolição do modelo pasoliniano, por meio de uma analogia – a nosso ver, injusta – que procura apagar a leitura metafórica estabelecida por Pasolini, o qual apenas pretendeu aplicar ao futebol conceitos

clássicos advindos da linguística e da semiologia, numa tradição própria dos círculos intelectuais europeus construída ao longo de várias décadas do século XX. Bonvicino, a seu turno, rechaça sem grandes argumentos a possibilidade de aproximação entre códigos distintos (futebol e linguagem), e aponta suas armas para a mercantilização inefável de que o esporte seria vítima na contemporaneidade:

> A comparação entre futebol e poesia e prosa de arte me parece arbitrária e populista. [...] Poesia e prosa de arte pertencem ao âmbito erudito, da reflexão, do público de estima, e o futebol pertence – mesmo em seus momentos de brilho máximo, como a seleção brasileira campeã do mundo de 1958, 1962 e 1970 –, ao universo popular, que, a partir dos anos 1950, no pós-Segunda Guerra, transformou-se paulatinamente em universo das massas, dos produtos, do consumo, do prazer imediatista e irrefletido. Não há semelhanças entre poesia, prosa e o ludopédio. Arte é o inútil. Futebol é dinheiro. (Bonvicino, 2010)

Cornelsen, por sua vez, com rigor crítico e metodológico, pontua conceitualmente qual o percurso pretendido por Pasolini na constituição de seu modelo, cujas bases teóricas, sólidas, já haviam sido empregadas anteriormente para a compreensão do próprio cinema posto em prática pelo cineasta:

> Pasolini se torna um dos pioneiros ao propor uma "Semiologia do Cinema", valendo-se de um arcabouço conceitual do âmbito da linguística e aplicando-o à noção de "signo-imagem". Sua sintaxe se comporia por "sequências", "cenas" e "enquadramentos". [...]
>
> A "linguagem do futebol" segundo Pasolini parece se fundamentar numa "Semiologia da Cultura", segundo a qual todos os fenômenos estudados, em primeira linha, são fenômenos culturais, inclusive o futebol. (Cornelsen, 2006, p.178-179)

A questão de fundo é que Pasolini, sem a pretensão de criar outro teorema (para além do próprio filme *Teorema* que já havia realizado em 1968), e sem o objetivo de teorizar nem o de querer estabelecer um texto com a rigidez teórica que a academia exige, acabou provocando um debate não sem sentido sobre algumas características elementares da prática do futebol na década de 1960 e no início da de 1970. Como tese retórica, não é difícil encontrar falhas e ausências no texto pasoliniano, cujo exercício metodológico resume-se quase que exclusivamente a pontuar e caracterizar a performance de cinco futebolistas italianos (Bulgarelli, Riva, Corso, Rivera e Mazzola). Desse modo, a ousada provocação do cineasta não poderia deixar de estabelecer um campo minado, propício à admiração e à contestação, como vimos tratando aqui e como bem condessa em sua análise o texto de Cornelsen:

> Pasolini não pôde evitar que seu próprio discurso se construísse não só como aquele da "linguagem *do* futebol", mas também da "linguagem *sobre* o futebol". Pois atribuir ao futebol gêneros, juízos de valor e tendências provenientes de um outro âmbito cultural – o da Literatura – significava revesti-lo de sentido outro. [...] Portanto, as significações enunciadas por Pasolini em seu artigo são geradas a partir da intenção de atribuir significados aos objetos, ou seja, aos elementos constitutivos do sistema do futebol. (Cornelsen, 2006, p.195)

Para nós, o problema do modelo pasoliniano não está na transferência de juízos e conceitos provenientes de códigos culturais complexos, como o da linguagem, para se analisar a prática do futebol. Um pouco do fascínio dessa *episteme* reside justamente no fato de que um cineasta renomado, a seu tempo, pretendeu colaborar para a compreensão de um fenômeno – futebol – sempre negligenciado pela intelectualidade ocidental.

Seria algo como se hoje um cineasta do porte de um Pedro Almodóvar, por exemplo, lançasse um ensaio de meia dúzia de páginas sobre a magia do futebol praticado nos últimos anos pela Seleção Espanhola ou pelo Barcelona. Por mais disparatada que fosse a proposta almodovariana aqui imaginada, ela certamente conteria elementos originais que poderiam ultrapassar o modorrento discurso que se vê na boca e na escrita de muitos dos "entendidos" do futebol, para reutilizarmos uma imagem de Nelson Rodrigues.

Assim, a questão que nos incomoda na provocação pasoliniana tem a ver com a falibilidade de um modelo binário que é razoavelmente simples para dar conta da complexa equação que subjaz à prática do futebol moderno, aquele que se desenvolve na segunda metade do século XX e que conjuga, mesmo no caso brasileiro, arranjo tático, preparo físico e habilidade individual. Por mais que Pasolini prometa não estabelecer distinção valorativa entre prosa e poesia ("Note-se que não faço distinção de valor entre a prosa e a poesia; minha distinção é puramente técnica", diz ele), é facilmente identificável em seu texto a predileção e a valoração do futebol jogado em poesia, segundo seu modelo. Não à toa, o próprio cineasta também afirma que "O futebol que exprime mais gols é o mais poético", e sua classificação do futebol latino-americano e brasileiro não deixa dúvidas quanto ao modo como ele se deixou seduzir pela magia do drible:

> O futebol de poesia é o latino-americano. Esquema que, para ser realizado, demanda uma capacidade monstruosa de driblar (coisa que na Europa é esnobada em nome da "prosa coletiva"): nele, o gol pode ser inventado por qualquer um e de qualquer posição. Se o drible e o gol são o momento individualista-poético do futebol, o futebol brasileiro é, portanto, um futebol de poesia. (Pasolini, 2006)

É diante desse ponto que o texto quase raivoso do já citado Bonvicino parece acertar, ao apontar para o exagero da formulação pasoliniana, algo pouco revelado na leitura feita por Wisnik e Cornelsen:

> Sem eficiência, destaque-se, a seleção brasileira "poética" não venceria a Copa de 1970, na qual, por exemplo, marcou os adversários sob pressão em suas defesas, para roubar a bola, "driblar" e marcar gols. A seleção surpreendeu tática e, frise-se, coletivamente, com jogadores trocando de posição etc. Daí o equívoco de Pasolini, ouso dizer. (Bonvicino, 2010)

A *episteme* de Pasolini antecipada pela *doxa* rodrigueana

Não sejamos injustos, porém, com os juízos e leituras que buscam ver no futebol sul-americano e brasileiro os rasgos de uma prática recheada de dribles e sinuosidades, uma prática de "desperdício barroca", diríamos nós, cuja maior figura é o genial Garrincha, nosso Aleijadinho do futebol. Nossa ponderação tem a ver com o fato de que, para que apareça o gênio poético de um astro, como Pelé e Maradona, são imprescindíveis ainda um conjunto bem organizado taticamente e um preparo físico mais ou menos coletivo, fruto de treinamento. Ou seja, o futebol em poesia de Pasolini, a nosso ver, jamais poderia ser antônimo do futebol em prosa, uma vez que um decorre do outro, sem que o centro esteja em nenhuma parte. A questão é que, no Brasil, por uma construção identitária própria da imprensa esportiva, estabeleceu-se um padrão de louvação extrema da habilidade técnica do futebolista nacional, em detrimento de outros aspectos – e uma das contribuições decisivas na denúncia dessa "tradição inventada", para evocarmos o historiador

Eric Hobsbawm, é a obra de Ronaldo Helal, Hugo Lovisolo e Antonio Soares, *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria* (2001).

Do mesmo modo, o olhar estrangeiro sobre o futebol brasileiro, à semelhança do fascínio experimentado por Pasolini, sempre procurou valorizar os mesmos aspectos fantasiosos e não lineares, por assim dizer. Na obra *La Balle au pied: histoire du football* [A bola ao pé: história do futebol], o historiador francês Alfred Wahl destaca um artigo do jornalista Maurice Pefferkorn, chamado "Les écoles de football" [As escolas do futebol] e que foi publicado pela editora Kister-Schmidt, Genève-Zurich, em 1954 (ou seja, antes que o Brasil iniciasse seu percurso vitorioso em Copas do Mundo). Segundo Pefferkorn, o futebol inglês seria rude e atlético; o austríaco, reflexo de elegância e graça; o sul-americano, pleno de técnica e virtuosidade; e o brasileiro, que procuraria a performance teatral:

> *Le jeu des Brésiliens est celui qui nous paraît avoir atteint le plus haut degré de raffinement. Leurs équipes comprennent un grand nombre de joueurs de couleur qui pratiquent un football instinctif, un football à l'état de nature, pourrait-on-dire, tant leurs mouvements, leurs gestes, leur mobilité sont faciles et aisés. [...]*
>
> *Dans le souci de démonstration et leur recherche de l'exploit théatral, il est bien vrai que ces Brésiliens oublient trop souvent l'essentiel du jeu, c'est-à-dire la conquête du but, le résultat en un mot.* (Pefferkorn apud Wahl, 1990, p.130-135)[3]

3 O jogo dos brasileiros é aquele que nos parece ter atingido o mais alto grau de refinamento. Suas equipes incluem um grande número de jogadores negros que praticam um futebol instintivo, um futebol puro, pode-se dizer assim, pelo tanto que seus movimentos, seus gestos e sua mobilidade são fáceis e simples. [...] No afã de se exibir e na busca da proeza teatral, é bem verdade que esses brasileiros tendem a se esquecer frequentemente do essencial do jogo, ou seja, da conquista do gol, do resultado, em uma só palavra.

Outra obra em língua francesa, de autoria do também jornalista francês Yves Bigot, dá testemunho semelhante à imagem do futebol brasileiro praticado no século XX, a despeito de estar calcado em conceitos também de certa forma estereotipados :

> *Au Brésil, plus que nulle part ailleurs, le football est le reflet de l'âme de son peuple. Créatif, esthète, mélomane, exubérant, insouciant, virevoltant, démonstratif, excessif, cabotin, frimeur, nationaliste, nostalgique, vulnérable, fataliste. On pourrait aussi dire: africain, méridional, indien, portugais, catholique. [...]*
>
> *Le jouer brésilien a le sens du spetacle chevillé à l'âme comme au corps. Il accumule les exploits d'abord pour le plaisir. La beauté technique, la pureté des gestes, le galbe des trajectoires, la mystification de l'adversaire direct, répétés pendant des heures sur le sable des plages et la terre meuble des terrains vagues, c'est la transposition balle au pied des choréographies des écoles de samba apparues au même moment, et de passes de capoeira, le plus ancien, donc le plus africain, des sports nègres du Brésil.* (Bigot, 1996, p.37-38)[4]

Vemos, portanto, como as noções de espetáculo, prazer, beleza, refinamento etc. comparecem de modo acachapante na configuração do jogo de futebol que seria praticado pelos brasi-

---

4 No Brasil, mais do que em qualquer outro lugar, o futebol é um reflexo da alma de seu povo. Criativo, esteta, melômano, exuberante, despreocupado, torneador, demonstrativo, excessivo, brincalhão, nacionalista, nostálgico, vulnerável, fatalista. Poderíamos dizer também: africano, meridional, indígena, português, católico. [...] O jogador brasileiro tem o sentido do espetáculo impregnado tanto no corpo como na alma. Ele direciona suas façanhas inicialmente para a fruição. A beleza técnica, a pureza dos gestos, o contorno das trajetórias, a mistificação do adversário direto, encenadas durante horas na areia da praia e na terra movediça dos terrenos baldios, é a transposição, com a bola nos pés, das coreografias das escolas de samba surgidas na mesma época e dos passes de capoeira, o mais antigo, e, portanto, o mais africano dos esportes negros no Brasil.

leiros. Trata-se do mesmo olhar que é dedicado ao futebol brasileiro pelos seus discursos fundadores internos, ou seja, pelos pensadores clássicos que buscaram, de uma forma ou de outra, traçar uma genealogia do ludopédio nacional, como é o caso de Gilberto Freyre, para quem o nosso jogador levaria no seu "genoma"

> um pouco de samba, um pouco de molecagem baiana e até um pouco de capoeiragem pernambucana ou malandragem carioca. Com esses resíduos é que o futebol brasileiro afastou-se do bem ordenado original britânico para tornar-se a dança cheia de surpresas irracionais e de variações dionísicas que é. (Freyre, 1994)

Nelson Rodrigues, por sua vez, será o cronista esportivo que melhor traduziu essa experiência estética do futebol em poesia que seria perpetuado no Brasil. Em crônicas publicadas ao longo de praticamente quatro décadas, nos diários *O Globo* e *Jornal dos Sports*, e na revista *Manchete Esportiva*, Nelson procurou louvar de maneira exageradamente hiperbólica a qualidade do jogador brasileiro, destacando de maneira quase sempre militante o frescor da habilidade e da genialidade do elemento autóctone. Esse embate ganha tensão extrema justamente num momento de inflexão do futebol brasileiro, com a derrota para Portugal por 3x1 no Mundial de 1966. O Brasil é eliminado precocemente do torneio, muito em função de uma preparação repleta de equívocos. Mas Nelson Rodrigues inclui ainda outra razão: a recusa completa dos padrões de jogo estrangeiros. Para ele, o talento nacional não poderia ceder jamais ao que se viu naquele torneio – o cuidado com o preparo físico e o arranjo tático:

> Estamos ameaçados por uma burrice maior do que a da comissão técnica: – a burrice dos que querem que o jogador patrício jogue de quatro e também relinche com sotaque. [...] Pois há uma "gang"

> de bobos querendo que o craque brasileiro troque a arte pelo relincho, o engenho pelo mugido, a beleza pelo coice. (Rodrigues, 1966)

Diante da velocidade inventada pelos europeus, por exemplo, o brasileiro sempre seria lento porque precisaria produzir algo belo: "Não dispensamos esta coisa supérflua, mas vital, que é a beleza. [...] O essencial para os nossos craques é o supérfluo" (Rodrigues, 1993, p.187). Daí que a oposição que Nelson estabelece, ainda que não acompanhe o percurso epistemológico que vimos em Pasolini, partilha da mesma condição binária – a de opor o futebol nacional, pleno de graça e técnica, ao futebol europeu, caracterizado pela falta de brilho estético por causa da força extremada e do vigor físico. Vejamos mais alguns exemplos desse embate, colhidos no *Jornal dos Sports* – diário esportivo que pertenceu ao irmão de Nelson, Mário Filho:

> Um alemão é forte porque seu pai também o era, e assim seu avô, seu bisavô, seu tataravô. Portanto, mil anos de robustez explicam a pele, a cor e a capacidade respiratória dos galeses. O tranco de um deles era uma trombada de lotação. [...] Falta ao nosso futebol uma base física. E vamos e venhamos: – tem de ser assim. Somos, fisicamente, como os nossos avôs, bisavôs, tataravôs. O brasileiro que sobe três degraus, tem que sentar no quarto, com dispneia pré-agônica. (*Jornal dos Sports*, 20/5/66)

> A verdade é que um inglês, ou alemão, tem forma atlética desde a primeira chupeta. Ele é forte do berço ao túmulo. Forte porque já o era há mil anos. Não há o que admirar nas correrias dos centauros teutos ou britânicos. (*Jornal dos Sports*, 11/8/1966)

> Na base do talento, da mobilidade, da velocidade, do drible fulminante, da fantasia, Tostão e Alcindo foram abalando e desintegrando a resistência adversária. (Nelson Rodrigues, *Jornal dos Sports*, 8/6/1966)

> Perdoem que eu insista no campeonato do mundo. Mas o assunto vale a pena, tanto mais que vários colegas foram à Inglaterra e de lá voltaram irreconhecíveis. Imaginem que eles desembarcaram com a seguinte utopia, ou seja: – a modernização do nosso futebol. Aqui começa a graça da história. O que eles entendem por futebol moderno é, pelo contrário, um cínico e deslavado retrocesso. (*Jornal dos Sports*, 8/8/1966)

Sem usar o arsenal teórico (a *episteme*) de Pasolini, Nelson Rodrigues pratica a defesa do futebol brasileiro exatamente por meio de um binarismo semelhante, sedimentado numa *doxa* (crença empírica) segundo a qual caberiam aos europeus a objetividade linear e o preparo físico (o futebol força), enquanto que aos brasileiros caberiam a magia, a habilidade e a técnica apurada (o futebol arte). Em alguns momentos, esse futebol nacional seria capaz de provocar uma sinestesia completa entre códigos de diferentes linguagens, mais ou menos o que propõe Pasolini ao sugerir uma leitura semiológica do futebol. Nelson, certamente de modo intuitivo, já propunha algo próximo dessa transliteração de sistemas ao comentar um gol de Pelé e sua posterior comemoração:

> No meio da etapa complementar, o público já não entendia mais nada. Afinal de contas, o futebol fora superado, ultrapassado. Aquilo era arte, religião, música. Vou lembrar outro momento de Pelé. Quando ele enfiou o quarto gol, o primeiro dos seus, deu um salto. Mas não foi um salto qualquer. Em absoluto. Ergueu-se como se, naquele instante, fosse o espectro da rosa. Tão pouco foi um salto só. Foram vários.
>
> O comovente, o lindo é que ele subia e, no alto, tinha contrações de víbora agonizante. Como vocês sabem (e se não sabem, fiquem sabendo), a víbora agoniza em espasmos sucessivos, que vão do dedo grande do pé aos fios do cabelo. Assim se eletrizou Pelé ao

> marcar o seu primeiro gol na batalha. Houve, então, dois espetáculos: – um, o gol; outro, a série de saltos.
>
> Alguém poderá estranhar que eu esteja promovendo os pulos comemorativos do quarto gol. Parece não haver uma relação entre balé e futebol. Mas cabe, aqui, a usadíssima imagem. O futebol do Santos foi, sim, um balé e mais do que isso: – foi uma unificação de todas as artes. Houve música, pintura, cultura, bordado, dança e, até, futebol. (*Jornal dos Sports*, 5/4/1963)[5]

A imagem sacramentada por Nelson Rodrigues a respeito do gol – e dos saltos – de Pelé retoma, mais uma vez a "epifania da forma" já aludida anteriormente por Gumbrecht: "Mas uma jogada bonita é mais que apenas uma forma – é uma epifania da forma. Uma jogada bonita é produzida pela convergência súbita e surpreendente dos corpos de vários atletas no tempo e no espaço" (Gumbrecht, 2007, p.134).

Algumas considerações (quase) finais

A imprensa e a opinião pública no Brasil, de forma geral, habituaram-se a valorizar no futebol os aspectos relacionados ao drible e à individualidade do jogador. Em direção oposta, o rigor tático e a preparação física – ou a falta de fantasia – são vistos como elementos transgressores de um *ethos* brasileiro de se praticar o futebol. A nosso ver, a fraqueza do modelo pasoliniano (que serviria para referendar esse juízo impregnado no modo brasileiro de ver o futebol) estaria no fato de não ter previsto uma maior intersecção e imbricamento de suas categorias constituintes – prosa e poesia – aplicadas a um novo gênero. Uma visão

---

5 Texto escrito a propósito da partida Botafogo 0x5 Santos, disputada no Estádio do Maracanã em 2 de abril de 1963.

atenta às práticas do futebol brasileiro, já no Mundial de 1970, aponta-nos um rigoroso arranjo tático e físico, que acaba por coabitar com atributos técnicos dos jogadores.

A dicotomia sugerida por Pasolini, assim, é de difícil aplicação empírica às formas do jogo, uma vez que estilos e escolas de futebol, a partir do pós-Segunda Guerra, misturaram-se continuamente, avançando e retrocedendo continuamente. A Espanha, por exemplo, passou a utilizar em sua equipe, já na Copa de 1962, um jogador argentino (Di Stéfano) e outro húngaro (Ferenc Puskás), tidos como os maiores futebolistas de todos os tempos. Seleções europeias, já nos anos de 1970 e 1980, criaram fulgor por aquilo que poderíamos classificar como futebol de poesia (casos da Holanda na Copa de 1974 e da Dinamarca na Copa de 1986, por exemplo). Sobre a seleção portuguesa e outros selecionados eslavos, a seu tempo, também já se disse que praticavam um "futebol à brasileira" ou que seriam os "brasileiros da Europa". Esse é o risco das soluções binárias: não conseguir dar conta daquilo que se demora na fronteira entre um e outro lado, naquilo que reside justamente na dissolução das margens ou na mistura dos paradigmas, como ocorre com as reflexões acadêmicas em torno da crônica, esse gênero misto entre a literatura e o jornalismo.

Sintomaticamente, o mesmo José Miguel Wisnik, uma década antes de lançar seu *Veneno remédio*, publicava uma coluna magistral na *Folha de S.Paulo* por ocasião da Copa do Mundo da França de 1998. Intitulado "Procura da poesia", o texto resumia em poucas linhas o modelo pasoliniano – diante do qual o próprio Wisnik estabelece uma dialética particular para dar conta do título brasileiro na Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos:

> Desde então [a Copa de 1970], o futebol brasileiro viveu o conflito interior entre a poesia e a prosa, a gratuidade e a eficácia, como se sucumbisse sempre ao dilema paradoxal de ser, afinal, melhor

e pior do que ele mesmo. A seleção de Parreira, em 1994, acabou sendo uma solução híbrida, um centauro defensivo e prosaico dotado de um aríete genial e poético chamado Romário. Solução desrecalcante, porém enfim vitoriosa, mas também frustrante para o verdadeiro desejo brasileiro, que é o do desperdício barroco, da gratuidade e do gozo. (Wisnik, 1998)

Logo em seguida, Wisnik parece partilhar a mesma equação que procuramos anunciar neste artigo: dicotomias excludentes (ou se é uma coisa ou se é outra) não servem para explicar totalmente aquilo que é fluido, aquilo que é mutante e por vezes indecifrável como a prática de um jogo coletivo, composto por 22 antagonistas que, por meio da prosa ou da poesia, buscam incansavelmente o gol:

> Na verdade, acabou a época da distinção nítida entre poesia e prosa, embora não tenham acabado nem a poesia nem a prosa no futebol. O Brasil, e me parece que de maneira complementar e oposta também à Holanda, joga uma espécie de prosa ensaística cujo tema ou horizonte é a poesia, nem sempre alcançável. (Wisnik, 1998)

O mesmo Wisnik afirmará nesse texto, que tem como mote a partida Brasil x Holanda pela semifinal daquela Copa, que a Seleção Brasileira se distinguiria de outras equipes técnicas por ser também uma "potência tática", como vimos querendo demonstrar em nosso esforço tautológico:

> Mas esse confronto pós-colonial entre colonizados e colonizadores tornou-se especialmente complexo. Porque o Brasil, um celeiro de craques, como a Nigéria, difere desta por ser também uma potência tática. E a Holanda, por seu lado, dispõe de refinado apuro técnico-individual e vem há algum tempo incorporando o

> braço colonial da Guiana (nesse ponto serei gilberto-freyriano: faltam-lhes séculos de mestiçagem). (Wisnik, 1998)

Com isso, longe de refutarmos terminantemente o modelo pasoliniano ou de nos referirmos a ele exigindo o que o próprio modelo não nos pretende oferecer, o que quisemos provocar neste artigo foi uma nova reflexão sobre o código binário Poesia x Prosa, cuja aplicação desmedida pode se transformar em algo bastante perigoso quando utilizada para valorar a própria Literatura, no sentido de que uma seria sempre superior à outra. Cá para nós, um bom texto em prosa será sempre superior a um mau poema e vice-versa. Desse modo, não é possível aplicar uma dicotomia simples (a despeito de sua elaboração complexa) a objetos – como o futebol – que parecem demandar modelos menos excludentes e mais mestiços.

Mesmo assim, parece-nos impossível imaginar que não haja fruição na leitura da proposta de Pasolini, ainda mais pelo contributo e pelo retrato de um debate que ganhava forma na década de 1960 – e que, aliás, está longe de terminar nos dias de hoje, como demonstra nossa imprensa esportiva – e que recebe um tratamento poético de Nelson Rodrigues, ainda que num texto em prosa, como as crônicas aqui transcritas puderam testemunhar. Nesse sentido, a *doxa* impressionista do cronista e a *episteme* quase sofismática do cineasta nos divertem e nos fazem refletir sobre questões que ultrapassam o olhar ordinário que normalmente se volta para o futebol.

Referências bibliográficas

BIGOT, Y. *Football*. Paris: Bernard Grasset, 1996.

BONVICINO, R. Questionando Pasolini. *Sibila, Poesia e Crítica Literária*. 5/7/2010. Disponível em: <http://sibila.com.br/cultura/questionando-pasolini/3801>. Acesso em: 14 dez. 2011.

CORNELSEN, E. L. A "linguagem do futebol" segundo Pasolini: "futebol de prosa" e "futebol de poesia". *Caligrama*. Belo Horizonte, 11:175-203, dez. 2006, p.171-199.

ECO, U. A falação esportiva. In: ______. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FREYRE, G. Prefácio. In: RODRIGUES FILHO, M. *O negro no futebol brasileiro*. Petrópolis: Firmo, 1994.

GUMBRECHT, H. U. *Elogio da beleza atlética*. Trad. Fernanda Ravagnani. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HELAL, R.; LOVISOLO, H.; SOARES, A. *A invenção do país do futebol* – mídia, raça e idolatria. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

MARQUES, J. C. *O futebol em Nelson Rodrigues*: o Óbvio Ululante, o Sobrenatural de Almeida e outros temas. 2.ed. São Paulo: Educ, 2012.

PASOLINI, P. P. O gol fatal. *Folha de S.Paulo*, Caderno Mais, Tradução de Maurício Santana Dias, 6/3/2005 [título original: "Il calcio 'è' un linguaggio con i suoi poeti e prosatori"].

RODRIGUES, N. *A pátria em chuteiras:* novas crônicas de futebol. In: CASTRO, R. (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

______. *À sombra das chuteiras imortais:* crônicas de futebol. In: CASTRO, R. (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

______. A truculenta debilidade mental. *Jornal dos Sports*, 1/8/1966.

RODRIGUES FILHO, M. *O negro no futebol brasileiro*. Petrópolis: Firmo, 1994.

WAHL, A. *La Balle au pied – Histoire du football*. Paris: Gallimard, 1990 [1954].

WISNIK, J. M. *Veneno remédio:* o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

WISNIK, J. M. "Procura da poesia". *Folha de S.Paulo*, Caderno Copa, 7/7/1998.

Webjornalismo e cidadania: coberturas de um caso de trabalho escravo

Murilo Cesar Soares[1]
Karen Terossi[2]

Este texto é parte de uma pesquisa mais ampla financiada pela Fapesp, que analisa as limitações e potencialidades do webjornalismo na cobertura de temas da cidadania. Apresentamos os resultados de uma investigação sobre a cobertura pelo webjornalismo de um caso de violação de direitos. A análise contrasta dois webjornais com propostas editoriais distintas: a Folha.com (http://www.folha.com.br/), generalista e factual, e a Repórter Brasil (http://reporterbrasil.org.br/), dedicada ao tema do trabalho escravo contemporâneo. O *corpus* de análise é constituído por conteúdo noticioso disponibilizado em 2011, que trata dos flagrantes de trabalho análogo à escravidão na cadeia produtiva da marca de roupas Zara e seus desdobramentos.

Nossa análise pretende responder às seguintes perguntas: como foram construídas as principais representações da cida-

1 Doutor em Ciências da Comunicação. Professor Adjunto do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: murilo@faac.unesp.br.

2 Mestre em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru; jornalista do Instituto Federal Goiano. E-mail: karenterossi@gmail.com.

dania na amostra de webjornalismo examinada? Como determinados recursos da web (hipertexto, multimídia e atualização instantânea) são mobilizados para construir essas representações? A partir dessas análises, tecemos considerações sobre as contribuições do webjornalismo ao aperfeiçoamento da cidadania.

Informação e comunicação para cidadania

Informação e comunicação constituem elementos essenciais para a cidadania nas sociedades democráticas, pois possibilitam ao cidadão terem acesso ao poder público, vigiá-lo e pressioná-lo, assim como compartilhar lutas com outros cidadãos, sendo assim uma das condições para o exercício e ampliação dos direitos. Para Victor Gentilli (2005, p.130), a informação é um "direito-meio" para que outros direitos se realizem em melhores condições, posto que é por meio da informação que os cidadãos podem fazer, de maneira autônoma, escolhas relativas ao exercício da cidadania. Mais que isso, a circulação de informações sobre as lutas e conquistas de direitos pode inspirar e promover ações pela ampliação da cidadania.

Da necessidade social da informação e da sua condição de direito na democracia de massas, decorre a importância do jornalismo, que tem um papel de mediação. Pensando no contexto de expansão do uso das novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC), Dominique Wolton (2004; 2007) considera a valorização da função do mediador das informações como um caminho para lidar com o enorme fluxo de informações distribuídas pela internet. Segundo o autor, o "acesso direto não suprime a hierarquia do saber e do conhecimento" (Wolton, 2007, p.88), ou seja, a simples disponibilidade de informações não substitui a competência prévia ou específica para buscá-las,

contextualizá-las, interpretá-las e mesmo usá-las. O mediador que teoricamente lida com as informações úteis à cidadania é o jornalista, o que não significa que tenha toda competência para interpretar as informações para o cidadão, mas supõe-se que selecione fatos, explicações e opiniões para produzir um tipo de informação diferenciada.

Com relação à comunicação, Wolton considera que, a despeito dos diferentes tipos de informações produzidas (2011, p.17; 2006, p.36), como, por exemplo, a "informação-notícia" que é ligada à atualidade, para que elas remetam à comunicação, é preciso que estejam permeadas pelo que o autor chama de "informação relacional" (Wolton, 2011, p.49), que traz implícito o objetivo de compreensão do outro e da busca da convivência harmoniosa.

Se a noção de tempo pode ser modificada por meio das redes e dos dispositivos móveis, que possibilitam a instantaneidade, é preciso lembrar que a alteridade, condição da comunicação, exige não só distância do outro, mas também tempo para abordá-lo. Segundo Cebrián (1999, p.69), o valor do esforço e o acúmulo de experiências não cabem na rede de computadores. Enquanto o tempo das técnicas é linear e racional, o do homem é descontínuo, diferenciado. A aproximação brutal e direta faz o outro parecer "ameaçador" (Wolton, 2004, p.76), já que se perde território e isso acontece tanto em nível individual quanto coletivo, dificultando uma efetiva comunicação.

Soma-se a isso o paradoxo gerado pelo excesso de informações, que tornam mais visíveis não só o que há de comum, mas, principalmente, as diferenças, o que pode resultar em reações negativas ao outro. Se os indivíduos têm dificuldade de se comunicar com os outros e resistem às informações que lhes incomodam (Wolton, 2011, p.15), quando o assunto é cidadania, as mediações são ainda mais essenciais para haver negociação entre as diferentes demandas e, assim, alcançarem a convivência

harmoniosa. Como mediador, o jornalista oferece visibilidade às questões referentes à cidadania, selecionando e organizando não só informações, mas também opiniões e outros elementos interpretativos que julga necessários para o cidadão e para a cidadania, de forma a efetivar a comunicação no sentido proposto por Wolton. É na construção das representações da realidade e do outro pelo jornalista, portanto, que reside a importância do jornalismo para a comunicação que a cidadania demanda, ou seja, a comunicação que permite negociar a convivência.

Nesse sentido, portanto, o jornalismo representa, em primeiro lugar, uma forma de efetivar o direito à informação, de que trata Gentilli, porque dá visibilidade ao poder, às possibilidades de escolha política e aos direitos, sejam os que são objeto de luta, os que já foram conquistados ou aqueles que, apesar de assegurados legalmente, não são garantidos na prática. Em segundo lugar, a importância do jornalismo está no seu papel de mediador para a comunicação, como uma forma de reintroduzir o tempo de compreensão do outro e o conhecimento para processar as informações (Wolton, 2011, p.55), essencial em um contexto em que informações trocadas envolvem públicos cada vez mais heterogêneos, com diferentes demandas.

Nesse sentido, Gentilli (2005) afirma que a qualidade que os cidadãos devem exigir das informações jornalísticas passa fundamentalmente por dois parâmetros: a pluralidade e a profundidade. Enquanto a pluralidade diz respeito à apuração de informações e exposição de interpretações oriundas de diferentes grupos sociais, a profundidade significa o adensamento no tratamento das informações. A adequação a esses dois parâmetros contribui para uma espécie de conscientização da sociedade e dos representantes políticos sobre os problemas e sensibilização quanto às demandas de certos grupos, podendo resultar em modificações da realidade, a partir, por exemplo, da pressão da opinião pública sobre os poderes institucionais.

Pensando no nosso objetivo geral, que é discutir as relações entre webjornalismo e cidadania, tais parâmetros podem ser usados para refletir sobre as características distintivas do webjornalismo. A interatividade, por exemplo, pode melhorar a pluralidade nos webjornais? E a hipertextualidade oferece alternativas para a profundidade jornalística? Em que pode contribuir o uso de conteúdos diversificados como vídeos, fotos, animações e infográficos? E quais as implicações da atualização contínua para a informação para a cidadania?

Webjornalismo

Para responder a algumas dessas perguntas, consideramos neste trabalho as seguintes características do webjornalismo:[3]

- hipertextualidade: capacidade de interconectar elementos de informação digitais, sendo o hipertexto o documento que resulta dessa interconexão. As representações construídas pelo webjornalismo estão relacionadas ao percurso realizado, uma vez que "a narrativa se identifica com a navegação" (Edo, 2007, p.8);
- multimidialidade: possibilidade de disponibilizar conteúdo nas formas de texto escrito, áudio, imagem, vídeo, animação, infografia, entre outras, potencializadas pela tecnologia digital (Salaverría, 2005, p.32-33). Na narrativa webjornalística, a capacidade de explorar os diferentes sentidos da percepção humana significa o enriquecimento do potencial informativo e, principalmente, o reforço da credibilidade jornalística, uma vez que vídeos,

3 Apesar de o webjornalismo ter outras características importantes como a interatividade, por exemplo, restringimos nossa análise a somente três, situadas no nível da produção webjornalística profissional.

sons ou fotos funcionam como "comprovação" de fatos e declarações;

– atualização contínua e instantaneidade: possibilidade de publicar notícias a qualquer momento e de qualquer lugar com acesso à internet. Cria-se no jornalismo uma noção de tempo "orientado pela radicalização do pressuposto da velocidade jornalística, consagrado pelo princípio do tempo real" (Borges, 2008, p.208). O imperativo da atualização contínua e as facilidades introduzidas para apurar informações, no entanto, têm significado para o webjornalismo uma forma de "fazer jornalístico" que se traduz na radicalização do modelo do "jornalista sentado" (Pereira, 2003), conceito criado por Erik Neveu (2001), para se referir ao jornalista voltado ao tratamento da informação não coletada por ele. O "jornalista sentado" reúne informações disponíveis para disponibilizá-las ao público, sendo que, frequentemente, essas informações são fornecidas de forma espontânea pelas próprias fontes (*releases*, notícias de agências, dados divulgados por fontes oficiais).

Metodologia da coleta de dados e da análise descritiva

A análise proposta buscar verificar de que modo a hipertextualidade e a multimidialidade, além da prática da atualização contínua, influíram na construção de representações da cidadania nas coberturas jornalísticas examinadas.

A análise tem como objeto a cobertura webjornalística sobre o trabalho análogo à escravidão nos dias atuais, tema que envolve as liberdades civis e os direitos trabalhistas. O *corpus* da análise é composto por todas as matérias webjornalísticas dos sites da Folha.com e da agência de notícias Repórter Brasil (RB),

disponibilizadas entre os meses de agosto e dezembro de 2011, que tratam do tema a partir da descoberta desse tipo de "relação de trabalho" na cadeia produtiva da grife de roupas Zara no Brasil. No total, foram oito reportagens da Repórter Brasil e dezoito matérias da Folha.com, sendo catorze notícias, uma reportagem, uma nota, uma entrevista e um comentário.

Os flagrantes ocorreram em três oficinas de costura do estado de São Paulo. Entre os desdobramentos do caso noticiados pela Folha.com e pela Repórter Brasil, estão as respostas da Zara; o convite da Assembleia Legislativa de São Paulo (Alesp) ao presidente da Zara no Brasil para prestar esclarecimentos; o não comparecimento deste, que criou pressão na Alesp a favor da criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para tratar dos diversos casos semelhantes no estado de São Paulo; os posteriores depoimentos de representantes da Zara na Câmara dos Deputados e na Alesp; a proposta pelo Ministério Público do Trabalho à Zara de um Termo de Ajustamento de Conduta e o pagamento de indenização por dano moral coletivo; a recusa da Zara em aceitar tal acordo; a proposta da empresa de investir em melhoria das condições de trabalho na cadeia de fornecimento; e a aceitação desta proposta pelo Ministério Público, que também incluía o reconhecimento pela Zara de responsabilidade por sua cadeia produtiva.

Optamos por analisar dois sites a fim de criar um contraste como modo de tornar mais claras as diferenças e particularidades na construção de representações. A escolha das coberturas realizadas pelos sites Folha.com e da Repórter Brasil foi orientada pelo objetivo de comparar as representações da cidadania em dois meios com propostas editoriais distintas. Enquanto a Folha.com segue uma linha generalista, noticiando fatos de naturezas diversas, divididos em editorias bem definidas, a Repórter Brasil é especializada no tema do trabalho escravo nos dias atuais, constituindo uma espécie de webjornalismo "militante".

Além disso, a Folha.com foi escolhida por ser um dos webjornais mais acessados no país e por priorizar notícias do estado de São Paulo, onde o caso ocorreu, enquanto a Repórter Brasil é o mais completo site de notícias sobre o tema do trabalho escravo contemporâneo no Brasil. Deste modo, também orientamos nossa análise por uma pergunta complementar, que auxilia a responder as outras mencionadas na introdução: quais são as diferenças na construção de representações da cidadania entre webjornalismo generalista da Folha.com e o webjornalismo militante da Repórter Brasil?

Metodologia

A metodologia empregada nesta pesquisa se baseia no conceito de "enquadramento". O enquadramento é considerado, por Gaye Tuchman (1978), uma característica essencial da notícia, que fornece uma referência interpretativa para o entendimento do fato noticiado. Na definição de Entman (1993), enquadrar é selecionar aspectos da realidade para promover uma definição de um problema, uma interpretação causal e uma avaliação ou recomendação de tratamento. Segundo este mesmo autor, por meio da repetição, focalização e associações reforçadoras, o enquadramento noticioso torna uma representação mais prontamente discernível, compreensível e memorável do que as outras.[4]

Partindo, portanto, do conceito de enquadramento e depois de ler/visualizar previamente o *corpus*, adotamos itens de observação específicos para realizar a análise. As reportagens foram analisadas separadamente com relação a textos, imagens e vídeos.

4 Isso não quer dizer que o receptor interprete a informação exatamente da maneira que é apresentada pelo emissor da mensagem, mas aquele enquadramento pode influenciar o entendimento do fato ou tema.

Para análise dos textos, definimos os seguintes itens de observação:

- flagrantes e situações descobertas: condições de trabalho e de vida nas oficinas, relações entre empresas envolvidas;
- trabalhadores: definições e explicações sobre os indivíduos e grupos vítimas;
- atuação do poder Executivo: ações e falas de órgãos do poder Executivo, como Ministério do Emprego e Trabalho, por exemplo;
- atuação do Ministério Público do Trabalho: ações e falas do MPT;
- respostas da Zara: ações e falas dos responsáveis pela marca.

Dentro de cada um destes itens, foram criados subitens que indicam elementos de ampliação informativa vertical, ou seja, relativos estritamente ao caso; e outros de ampliação horizontal, aqueles relativos ao tema em geral. Em "atuação do poder Executivo", por exemplo, as medidas tomadas com relação à Zara e às fornecedoras são elementos restritos ao caso, enquanto as medidas tomadas para combater esse crime de modo geral são contextuais, relacionados ao tema.

Para análise das imagens, os itens de observação foram outros, tendo em vista a natureza da comunicação visual, que focaliza aspectos concretos e particulares do caso. São eles:

- situações encontradas;
- itens encontrados/apreendidos:
- atores envolvidos.

Para análise do único vídeo do *corpus*, realizamos sua decupagem e adotamos uma observação dos elementos que o compõem, levando em conta as peculiaridades do material. Definidos os itens de observação, coletamos e descrevemos os dados relativos

a eles em uma "releitura" do material, observando como cada item é tratado qualitativamente. A partir daí, construímos quadros descritivos do material.

Cada item foi observado também quanto ao recurso da hipertextualidade. No caso do texto, por exemplo, além de coletar as expressões e/ou narrativas sobre cada item, também foram coletadas as expressões-*links*[5] e seus destinos. As imagens, por sua vez, foram coletadas não somente conforme os itens de observação propostos, mas também conforme os *links* que algumas delas "carregavam". Ao final, também realizamos uma análise descritiva mais geral da navegação hipertextual entre as páginas das matérias analisadas.

Os resultados obtidos na análise descritiva foram, então, interpretados com base na perspectiva teórica apresentada brevemente no início deste texto. Analisamos, portanto, as representações construídas pela RB e pela Folha.com, a partir de questões como profundidade e pluralidade, divididas entre os itens de observação adotados. Em seguida, apresentamos a interpretação geral sobre as características da cobertura webjornalística pelos dois meios a fim de discutir as relações entre as representações dessa cobertura e as noções de comunicação, informação e cidadania apresentadas.

Webjornalismo e cidadania: profundidade e pluralidade

De forma geral, o webjornalismo da Folha.com e da RB apresentou diferenças entre si nas representações da cidadania, não só pelos seus diferentes enquadramentos, mas também pela forma como utilizaram os recursos da web para produzir senti-

5 Utilizamos essa nomenclatura para tratar das expressões que servem como *link* para outra página da *web*.

do. O que sobressai na Folha.com é a exploração da atualização rápida das notícias, que muitas vezes compromete a qualidade das informações, pois não permite que elas tenham profundidade, pluralidade e, alguns casos, nem mesmo precisão. A abordagem factual e a urgência em "publicar" notícias levaram ao uso recorrente do "copiar e colar" e a utilização de fontes "oficiais" (do poder político e do poder econômico que, no caso, é a Zara), em detrimento de outras fontes representativas dos envolvidos.

Enquanto esse uso restrito de fontes implica a pouca pluralidade das representações, a contextualização realizada pelo "copiar e colar" de notícias anteriores, somada à mera transcrição de notas e declarações dessas fontes, sem apuração ou interpretações, significou o comprometimento não só da profundidade da notícia na Folha.com, como também da essência do jornalismo, que é a informação apurada. Diante disso, cabe perguntar se esse tipo de informação, que consiste em tratamento das informações produzidas por terceiros, não está se transformando na própria essência do webjornalismo generalista.

Tendo em vista o compromisso com a cidadania, a substituição do critério da "relevância pública" da notícia pelo imperativo da atualização rápida gera problemas graves à qualidade do webjornalismo analisado na Folha.com. Conforme foi observado, muitas informações disponibilizadas pelo webjornal não foram necessariamente as mais importantes do caso, ao mesmo tempo que a qualidade do que foi noticiado é bastante questionável. Imprecisões, simplificações e falta de apuração marcam as representações do caso pela Folha.com. A suposta demanda por informação instantânea acaba resultando, assim, na veiculação e reforço de representações superficiais.

Quanto à atualização das notícias, na RB foram constatados pequenos erros ortográficos/de digitação que nos levam a questionar até que ponto a RB também não disponibilizou reportagens sem a devida revisão, pressionada pela urgência ou pela

competição e/ou complementaridade em relação a outros meios que já estavam noticiando o caso. Por outro lado, a profundidade e a relativa pluralidade na representação do caso apresentada pela RB e o fato de que, mesmo sendo uma agência "militante" não utilizou um discurso "panfletário", são características que podem funcionar como dispositivos para proporcionar credibilidade ao webjornal.

Com relação à navegação hipertextual, se o parâmetro para avaliar for simplesmente a facilidade, pode-se dizer que ela esteve melhor na Folha.com. No entanto, se o parâmetro for a pluralidade e a profundidade da informação, é a RB que melhor mobilizou a hipertextualidade. Os *links* embutidos e para "reportagens relacionadas" contribuem tanto para a ampliação vertical quanto horizontal da informação, ou seja, para o aprofundamento de elementos relacionados ao caso Zara e ao tema de forma geral.

Entretanto, ainda que com *links*, as reportagens da RB possuem textos muito longos, saturados de informações descritivas e concentrados em uma única página, o que não é considerado atraente na web, devido ao fato de a leitura na tela ser mais lenta. A Folha.com, por sua vez, subutilizou o recurso da hipertextualidade que poderia promover maior quantidade ou aprofundamento das informações, resultando na fragmentação e isolamento das notícias. Sem a devida organização hipertextual de matérias quase sempre superficiais, pode-se dizer que houve pouca ampliação informativa no caso noticiado.

A multimidialidade também foi subutilizada, tanto pela Folha.com quanto pela RB, quanto à representação do caso e do tema. Obviamente as imagens utilizadas por ambos reforçam a credibilidade das informações apresentadas pelos textos, porém nem sempre o que elas enquadram é facilmente identificável, como já foi colocado. Dessa forma, as imagens perdem a oportunidade de, ao oferecer uma melhor impressão de realidade, ga-

nhar autonomia como notícia. Por consequência, o que poderia ser uma forma de ampliar a informação de forma expressiva e até mesmo impactante se apresenta, em geral, como mera ilustração dos textos, que são predominantes.

Comunicação e cidadania: a informação "relacional"

O webjornalismo comprometido com a cidadania tem menos a ver com o uso intensivo de seus recursos expressivos, do que com a mobilização deles para disponibilizar informação com profundidade, com pluralidade e valor "relacional". A profundidade e a pluralidade são características da informação que fornece subsídios para o cidadão exercer e lutar por seus direitos. A informação "relacional", por sua vez, tem o objetivo de alcançar o "outro" e realizar certa negociação simbólica entre as demandas da cidadania. À informação "relacional" é importante: a) ser compreensível para seu público, b) ser atraente e c) mostrar as demandas do "outro" e suas legitimidades. Assume-se, nesta análise, que o "outro" com quem se busca a convivência possa ser tanto aquele que é representado nas matérias webjornalísticas quanto o público que as lê, e dependendo do ponto de vista, algumas questões podem ser levantadas.

Na Folha.com, o tratamento factual e simplista do caso tornou as informações mais compreensíveis, mas isso não necessariamente promove a aproximação com o "outro" representado, ou seja, o trabalhador. Mesmo com toda legitimidade dos direitos que foram violados, a representação da Folha.com minimiza a gravidade dos fatos noticiados. Conforme os acontecimentos progrediram, aumentou o tempo de abordagem do problema pelo webjornalista/webjornal que, no entanto, não se traduziu

em qualquer revisão das representações superficiais do caso e do tema. Além disso, a cobertura não ganhou destaque e contou com poucos elementos atrativos (como reportagens especiais ou multimídia). Por isso, o webjornalismo da Folha.com apresenta poucos elementos para subsidiar ou inspirar fortes ações da cidadania, como cobranças direcionadas aos atores envolvidos na resolução do problema.

Na RB, as representações foram construídas de forma pouco atrativa (textos muito extensos e descritivos; subutilização da multimidialidade), o que provavelmente restringe o público ao qual se dirige. Por se tratar da representação do "outro", o que indica a exposição de diferenças em relação ao público, mais do que semelhanças, o risco é de que esse webjornalismo possa provocar indiferença.

Por outro lado, as representações da RB construídas pelos textos, *links* e imagens, são retoricamente ligadas ao imperativo de combate ao problema da escravidão contemporânea, correspondendo ao ideal de legitimação de direitos e combate de suas violações. Construindo sentidos de forma argumentativa, a RB tem mais chance de provocar certa identificação com o "outro". Ao mobilizar razões e/ou emoções, sentimentos evocados, como o de injustiça, podem influenciar possíveis mobilizações do público.

E é justamente nessa mobilização da opinião pública que reside o poder simbólico do jornalismo. Uma vez que o poder efetivo de ação está concentrado no Estado, a capacidade de influência para acioná-lo em favor da cidadania passa pela interação entre a exposição midiática dos problemas e a mobilização dos leitores-cidadãos. Nesse sentido, o jornalismo com profundidade, pluralidade e que promova a comunicação com o "outro" é essencial para alcançar essa interação entre cidadãos e representações jornalísticas.

Considerações finais

O jornalismo pode ser percebido como um mediador nas negociações entre as demandas da cidadania e o Estado, cujo objetivo final é alcançar a vigência dos direitos. Ao relacionar os discursos da sociedade com os poderes institucionalizados, o jornalismo adquire papel destacado na constituição da esfera pública contemporânea.

É função do jornalismo organizar informações, de modo que elas favoreçam a pluralidade, a profundidade e a compreensão do "outro". Tendo em vista que a comunicação é muito mais uma questão cultural do que técnica, não basta ao webjornalismo mobilizar os recursos expressivos disponíveis, como vimos na análise apresentada. É preciso que as demandas da cidadania sejam apresentadas e se reforcem suas legitimidades, sempre de modo compreensível e atraente para o público. A comunicação pressupõe não só a expressão, mas também a vontade de escutar o outro e, por isso, o jornalismo não só deve estar aberto ao que está noticiando como deve buscar receptividade do seu público para aquilo que representa em suas notícias.

No caso do webjornalismo, uma modalidade jornalística ainda nova, é preciso reavaliar constantemente os caminhos que está tomando para não repetir os mesmos problemas que outras modalidades de jornalismo já tiveram ou têm, como a superficialidade, a imprecisão e a representação restrita dos problemas sociais. Os dois meios analisados nesta pesquisa nos levam a pensar que o webjornalismo ainda está muito longe do que a comunicação comprometida com a cidadania exige. Tomando a profundidade, a pluralidade e a informação "relacional" como parâmetros da informação sobre e para a cidadania, chegamos às seguintes constatações:

Na Folha.com, o processo de atualização rápida de notícias e a abordagem factual levaram à imprecisão, à escolha restrita de

fontes de informação, à falta de apuração jornalística e à subutilização dos recursos da web (multimidialidade e hipertextualidade). Esses problemas concorrem para a superficialidade, a pouca pluralidade, a falta de atratividade e, de certa forma, minimizam a gravidade do fato noticiado, não promovendo, assim, a aproximação com o "outro" representado, no caso, os trabalhadores vítimas de trabalho em condições análogas à escravidão. O comedimento na cobertura de um tema tão contrário à cidadania quanto é o trabalho análogo à escravidão não pode ser considerado uma característica positiva no jornalismo. Não se trata de comprometer a precisão ou a acuidade do jornalismo, mas é preciso que se adotem valores que o orientem. A distância afetiva no tratamento da questão sinaliza ao público uma avaliação minimizadora da gravidade do tema ou um descompromisso do webjornalismo com relação aos cidadãos e à cidadania.

Por outro lado, o compromisso da Repórter Brasil com o combate a essa violação de direitos se mostrou forte nas reportagens, mas os recursos da web não foram bem aproveitados. Ao mesmo tempo que a RB informou de modo aprofundado, plural e comprometido com a defesa dos direitos dos cidadãos, o fez de forma pouco atraente. Apesar de a hipertextualidade ter sido utilizada no sentido de aprofundar informações e reforçar a retórica de combate ao problema, a subutilização da multimidialidade tornou as reportagens muito carregadas de texto escrito. Usuários da internet tendem a ficar pouco tempo em cada página que acessam, o que coloca em xeque a utilização de textos extensos em uma única página. Além disso, sem elementos verbais e imagéticos, que conferem dramaticidade ao problema, pode-se dizer que faltaram às reportagens elementos de aproximação com o "outro" representado. Essas características do webjornalismo da RB dificultam a comunicação para a cidadania e possivelmente restringem muito seu público.

Apesar de todas essas restrições sobre as coberturas, o webjornalismo, no entanto, carrega grandes potencialidades de promoção de uma comunicação comprometida com os cidadãos, sendo essencial refletir sobre suas potencialidades e analisar sua prática a fim de torná-lo instrumento da cidadania. O webjornalismo generalista da Folha.com, ao tratar de temas da cidadania, ainda que de forma muito factual ou superficial, pode favorecer reações do Estado e da sociedade a favor de direitos, pois torna visíveis para um grande público as demandas e os problemas, afinal as notícias estão disponíveis para o mundo todo na web. Já o webjornalismo da Repórter Brasil se transforma em um ator da sociedade civil, um webjornalismo militante, por promover um tratamento especializado e comprometido com determinado tema e por disponibilizar esse conteúdo para o mundo todo pela web. Assim, os dois tipos de webjornalismo analisados são importantes, como modos complementares, para o aperfeiçoamento da cidadania.

Referências bibliográficas

BORGES, J. Webjornalismo político e a cobertura *online* das eleições presidenciais de 2002. *Matrizes*, ano 2, n.1. São Paulo: ECA/USP, 2008.

CEBRIÁN, J. L. *A rede*. São Paulo: Summus, 1999.

EDO, C. El linguaje y los géneros periodísticos em la narrativa digital. In: BARBOSA, S. (Org.). *Jornalismo digital de terceira geração*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007.

ENTMAN, R. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), ago. p.51-58, 1993.

GENTILLI, V. *Democracia de massas*: jornalismo e cidadania. Porto Alegre: PUC-RS, 2005.

LOPES, M. I. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001.

NEVEU, E. *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte, 2001.

PEREIRA, F. *O jornalista* on-line*:* um novo status profissional? Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação

do conceito de "jornalista sentado". 2003. Disponível em: <www.bocc.uff.br/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2010.

SALAVERRÍA, R. *Redacción periodística en internet*. Navarra: EUNSA, 2005.

SCHUDSON, M. *The power of news*. Cambridge/London: Harvard University Press, 2003.

TUCHMAN, G. *Making news*. New York: The Free Press, 1978.

WOLTON, D. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

______. *Internet, e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

______. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006.

______. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora UnB, 2004.

Conjunturas e desafios da educação superior em comunicação no Brasil

Maria Cristina Gobbi[1]
Juliana C. G. Betti[2]

Introdução

O Brasil vive um momento histórico singular e contraditório na educação superior. Primeiro porque está ocorrendo um grande investimento financeiro em todas as séries da educação; contudo, os resultados alcançados e a expansão representativa e democrática que vem sendo proposta pelos governos ainda são

1 Pesquisadora. Pós-Doutora pelo Programa de Integração da América Latina (Prolam) da Universidade de São Paulo. Bolsista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Coordenadora da pesquisa sobre o Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011 – Tema 1: Estado do Conhecimento, cuja meta é diagnosticar a produção de conhecimento nos principais segmentos da comunicação nacionalmente institucionalizados. Vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital e professora do Programa de Pós-Graduação Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Pensamento Comunicacional Latino-Americano" do CNPq. Diretora Administrativa da Socicom. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

2 Jornalista, mestre em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, bolsista do Ipea, professora da Unesp e integrante do grupo de pesquisa do CNPQ "Pensamento Comunicacional Latino-Americano". E-mail: jubetti@terra.com.br.

pouco expressivos no contexto nacional, como poderá ser observado a seguir.

Os dados estatísticos divulgados pelo governo, pelos institutos de pesquisa e evidenciados pela mídia nacional, demonstram que mudanças significativas vêm ocorrendo em todos os cenários. Por exemplo, no Censo de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), marcou certa redução na concentração de renda, se comparado com os anos anteriores, sem ainda não atingir patamares aceitáveis. Os resultados afirmam que mais do que 56% das famílias brasileiras vivem com uma renda *per capita* de até um salário mínimo (R$ 510 mensais, R$ 17 por dia).

Diversos estudiosos apontam que a má distribuição de renda no país tem causas históricas. O próprio IBGE assinala a concentração fundiária como um desses fatores, sendo que quase metade das terras cultivadas é composta por grandes propriedades (acima de mil hectares) e estão em posse de apenas 1% dos proprietários. Outros fatores de destaque são o modelo de agricultura para exportação (que cria pobreza no campo e o êxodo rural); a industrialização (aconteceu tardiamente no Brasil e ficou quase todo o século XX no Sudeste e no Sul do país, concentrando a riqueza); a urbanização acelerada (decorrente do êxodo rural e da industrialização que atraiu muita gente para as cidades e o resultado são favelas, carências urbanas, como falta de escolas, hospitais, moradia e transporte); o analfabetismo (mantém o trabalhador mal remunerado); discriminação racial (falta de acesso à terra, à educação e a não ascensão social colocaram uma faixa enorme da população nacional em estado de pobreza absoluta. Hoje, sete em cada dez brasileiros, entre os 10% mais pobres, são negros); a estrutura tributária (que continua sendo injusta e a população sofre com isso), entre outros fatores.

Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), quem ganha até dois salários mínimos tem 54% de sua

renda comprometida com impostos diretos ou indiretos; por outro lado, aquelas famílias com renda superior a 30 salários mínimos desembolsam 29%. Outro dado é do Banco Mundial, que mostra que a carga tributária brasileira está dividida em: "55% vêm de impostos sobre consumo, 31,5% sobre a renda e apenas 13,5% sobre o patrimônio". Também a alta rotatividade de emprego, que, segundo informa a Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República, vem ameaçando a "manutenção das pessoas na faixa acima da pobreza, notadamente o estrato com renda familiar *per capita* acima de R$ 250 até R$ 1 mil, que, em 11 anos, aumentou em 31 milhões de pessoas. 'É quem está no limite de retornar à pobreza'".[3] Esses são apenas alguns fatores e outros tantos poderiam ser apontados.

Tentando minimizar algumas destas situações, mas sem atacar diretamente o problema, medidas inclusivas, ações afirmativas e pontuais são criadas por governos em todos os níveis (federal, estadual, municipal). Embora, para superar este *gap*, alguns alcances tenham sido direcionados e podem ser mensurados, tais como a criação do Seguro Desemprego (1990), Bolsa Família (2004) – (12,9 milhões de família foram atendidas em 2009, com valores entre R$ 32 e R$ 242 por família); o Leve Leite (1995); Vale Gás (2001), entre outras muitas medidas, todas elas não produziram resultados em longo prazo, que é o que o país necessita. Como afirma Frei Betto,[4] há uma aparente

3 Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica-brasil-economia/33,65,33,3/2011/08/28/internas_economia,267360/imposto-maior-para-os-ricos-brasileiros-comeca-a-ser-discutido.shtml>. Acesso em: jan. 2012.

4 Entrevista a Vicente Toledo Jr. do Portal UOL, em 2008. Acesso em: dez. 2011. O frade dominicano Carlos Alberto Libânio Christo, o Frei Betto, foi um dos líderes do Fome Zero, principal programa social do primeiro mandato do presidente Lula. Durante dois anos, foi assessor especial da presidência e coordenador de mobilização social para o Fome Zero.

amnésia por parte das autoridades constituídas de alguns programas sociais,

> que faziam parte da cesta emancipatória do Fome Zero: onde estão os cursos profissionalizantes? A formação de cooperativas? Os restaurantes populares? Os bancos de alimentos? Os comitês gestores? Por que conceder facilidades de acesso ao crédito se já existia, no Banco do Brasil e na Caixa Econômica Federal, iniciativas, como o Banco Popular (que fim levou?) nesse sentido?

Embora positivas, as ações desenvolvidas pelos governos continuam provisórias. É necessária uma reforma estrutural em vários âmbitos, a começar pela formação escolar básica, média e superior.

Frei Betto (2008) traz também outros questionamentos e busca respostas, como tantos outros brasileiros, para problemas estruturais básicos. Pergunta ele:

> De que adianta distribuir renda a quem aspira que se distribua terra? Como é possível ter êxito no combate à fome sem reforma agrária? Como se explica as famílias pobres terem mais acesso à renda e ao consumo e, ao mesmo tempo, sofrerem a ameaça de dengue e febre amarela? O governo combate, de fato, a miséria, mas não a desigualdade social, pois teme mexer nas estruturas arcaicas do país e desagradar os que se enriquecem graças à injustiça estrutural. (Frei Betto, 2008)

Há no país uma corrente que defende que o governo não pode se responsabilizar por tudo e que a população deve aprender a caminhar "com as próprias pernas". Mas Frei Betto (2008) responde a essa questão colocando, mais uma vez, o dedo da ferida da democracia brasileira. Para ele,

> só se pode "caminhar com as próprias pernas" quando se vive num país cujas estruturas socioeconômicas não produzem tanta desigualdade e, portanto, oferecem à maioria acesso razoavelmente igualitário aos direitos de cidadania. O povo brasileiro, em sua maioria, jamais "caminhará com as próprias pernas", sem ter que apelar ao poder público, às instituições filantrópicas, ao trabalho informal, à contravenção como o narcotráfico, enquanto não houver aqui reforma agrária e leis que, de um lado, impeçam que se criem as condições de miséria e, de outro, o enriquecimento abusivo. Não temos ainda democracia econômica. (Frei Betto, 2008)

Deste modo, é necessário refletir também, como afirmou o presidente do Ipea de então, Marcio Pochmann, durante o lançamento do plano Brasil em Desenvolvimento: Estado, Planejamento e Políticas Públicas, em 2010, que o papel do Estado não pode ser apenas

> fazer as coisas que já faz de modo melhor e mais eficiente – ainda que se reconheça ser isto nada trivial e em si mesmo meritório; a ele cabe – como ficou demonstrado em outros momentos históricos – a tarefa de induzir, fomentar ou mesmo produzir as condições para a transformação das estruturas econômicas e sociais do país, algo que se justificaria quase que exclusivamente frente ao histórico e à contemporaneidade das heterogeneidades, desigualdades e injustiças – em várias de suas dimensões – que ainda marcam a nação brasileira.[5]

Entre 2011 e 2012, o grande desafio proposto pelo governo Dilma Rousseff foi o Plano de Combate à Extrema Pobreza ou à Extrema Miséria, que segundo estimativas iriam usar R$ 20 bilhões/ano do governo federal. Durante sua implantação

5 Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/bd>. Acesso em: jan. 2012.

o planejamento previa investimentos de R$ 1,2 bilhão de crédito adicional. É pouco, mas representou alguma coisa diante do quadro nacional. O Plano previu ainda a retirada de 16 milhões de pessoas da extrema pobreza até 2014. O Plano Brasil sem Miséria tem como objetivo a elevação da renda familiar per capita das famílias que vivem com até R$ 70 por mês, além do acesso aos serviços públicos, ações de cidadania etc.

No contrafluxo dessas assertivas, em dezembro de 2011, foi notícia no mundo inteiro que o Brasil ocupou a sexta posição na produção mundial de riqueza. De acordo com o Centro de Economia e Pesquisa de Negócios (CEBR, em inglês), que realizou a pesquisa, o PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro ultrapassou naquele ano o do Reino Unido. Em entrevista, Michael Bear[6] afirmou que embora o Brasil, de fato, tenha uma "enorme quantidade de recursos naturais", tem também uma "série de problemas relacionados a emprego, capacitação, infraestrutura e educação". E isso não mudou muito de lá para cá, em 2013. "O Brasil encontra-se no 127º lugar no Índice de Países mais Propícios para Negócios. O abismo entre ricos e pobres continua um desafio." Para Bear (2011) é necessário um olhar mais atento aos muitos caminhos que ainda deverão ser percorridos, que vão além do crescimento econômico. É necessário, afirma ele, uma educação superior com cérebros competitivos no mercado global, um forte setor educacional, além "de infraestrutura de primeiro mundo, pouca burocracia e, claro, uma classe média que seja mais que uma classe trabalhadora com poucos recursos e tenha dinheiro suficiente para economizar e possibilitar investimentos futuros".

---

6 Lord Mayor Michael Bear é prefeito do centro financeiro de Londres (City of London). Entrevista publicada no jornal *Valor Econômico*, de 16/06/2011, disponível em: <http://www.valor.com.br/arquivo/892695/desafios-do-brasil-para-os-proximos-30-anos>. Acesso em: dez. 2011.

Corroborando com essas afirmações, o então ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Aloizio Mercadante,[7] anunciou em dezembro de 2011, em audiência pública realizada pela Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) do Senado, que a grande estratégia para o período 2012-2015 seria a redução da "defasagem científica e tecnológica; a ampliação das bases para a sustentabilidade ambiental; a superação da pobreza e a redução das desigualdades regionais". Para o então ministro,

> a política do setor está fundada no tripé promoção da inovação, formação de capacitação de recursos humanos e fortalecimento da pesquisa e da infraestrutura científica e tecnológica. As conquistas dependem [...] do aperfeiçoamento do marco regulatório de fomento à inovação e de um novo padrão de financiamento do desenvolvimento científico e tecnológico.

E para respaldar essas ações, em 13 de dezembro do mesmo ano, a presidente Dilma Rousseff lançou o regulamento do programa Ciência Sem Fronteiras, que é o maior programa de expansão e internacionalização da ciência, tecnologia e inovação brasileira. De acordo com dados do Ministério, serão 75 mil bolsas de estudos para alunos brasileiros de graduação e pós-graduação para instituições internacionais. O programa pretende também atrair pesquisadores do exterior interessados em trabalhar no Brasil. A iniciativa privada deve patrocinar outras 26 mil bolsas, perfazendo o total de 101 mil.

Como pode ser observado por esse breve panorama, o país tem dado passos importantes para alterar substancialmente o

---

7 Em janeiro de 2012 Aloizio Mercadante deixa o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, assumindo o Ministério da Educação, e em seu lugar entra o ministro Marco Antonio Raupp.

cenário da educação nacional. Apesar disso, os dados atuais continuam alarmantes em termos das múltiplas desigualdades e dos problemas estruturais. Essa pesquisa não tem a intenção de traçar o painel geral da educação nacional. Por se tratar de um estudo segmentado, no qual as análises devem recair sobre dados da comunicação, o foco central dessa investigação evidencia o panorama deste setor, descortinando como a área da Comunicação Social vem crescendo, procurando sua representatividade, superando desafios e, mais do que isso, evidenciando necessidades já apontadas na pesquisa anterior, mas que carecem de um olhar atento quer do governo, dos pesquisadores, das instituições públicas e privadas, acadêmicas ou profissionais de mercado, das agências de fomento e de toda a sociedade civil organizada, pois fazer comunicação com qualidade é antes de tudo um ato de sobrevivência nesse mundo globalizado. O reflexo dessa indigência é sentido nos cursos de graduação e nos programas de pós-graduação, que necessitam não somente profissionais qualificados, mas do ajustamento das diferentes demandas sociais, quer nas orientações dos currículos, na adequação do corpo docente, mas e também nos contornos de fomento das agências financiadoras.

Em uma sociedade regulada pela desigualdade social, não há possibilidade de se construir um modelo único e ideal de educação e de informação, tão pouco definir formas exclusivas de preservação e difusão cultural. Assim, a comunicação e as tecnologias, como mediadoras das relações sociais, possibilitam a promoção e a inclusão social para um contingente maior da população, mesmo que isso ainda precise ser ampliado em termos quali e quantitativos. E a educação, amparada pelos suportes digitais, ocupa um papel fundamental neste cenário de desenvolvimento. A educação, mediada ou não pela mídia e pelas tecnologias, deve ser percebida como uma dimensão social, que delineia um sujeito com autonomia, capaz de exercer uma re-

flexão crítica e com possibilidade de edificar seu conhecimento, criando mecanismos comunicativos capazes de divulgar e promover sua cultura.

Cenários do ensino superior no Brasil

Um dos principais problemas da pesquisa em comunicação no Brasil ainda é a falta de estímulos financeiros e de valorização institucional, quer de orgãos públicos ou da iniciativa privada, entraves já superados por outras áreas do conhecimento. Classificada na grande área das Ciências Sociais Aplicadas, a comunicação não recebe a devida atenção.

Embora as universidades – as grandes responsáveis pelas pesquisas, quer básicas ou aplicadas – defendam o tripé "ensino, pesquisa, extensão", priorizam o ensino, mais especificamente o conhecimento transmitido em sala de aula, de forma presencial, relegando a pesquisa ao segundo plano. Parte das iniciativas de pesquisa ainda depende muito mais da boa vontade de professores e alunos, que abraçam a motivação da construção do conhecimento novo, mesmo enfrentando dificuldades básicas e estruturais.

As primeiras escolas de Comunicação no país, criadas como instituições autônomas na estrutura universitária, surgiram na década de 1960. A Universidade de Brasília (UnB), em 1963, cria a Faculdade de Comunicação de Massa. Em 1966 foi a vez de São Paulo, com a implatação na Universidade de São Paulo (USP) da Escola de Comunicações Culturais. Porém, é necessário ressaltar que foi também em São Paulo, em 1947, que a Faculdade Cásper Líbero, em parceria com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), criou o primeiro curso de Jornalismo do país, e a seguir o Rio de Janeiro, através da Universidade do Brasil (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ).

Nesses mais de 65 anos do primeiro curso de Jornalismo e 50 anos da criação da Faculdade de Comunicação de Massa no Brasil, muita coisa mudou. Houve uma ampliação dos cursos de Comunicação, que passaram a abarcar a Publicidade e Propaganda, as Relações Públicas e os cursos de Rádio e TV, além de Cinema e outras demandas dos atuais cenários da sociedade digital. Também deixaram de ser habilitações para se apresentarem como áreas de formação específica.

Marques de Melo, em 1984, já nos alertava sobre diversas dificuldades na área de formação superior enfrentadas pelas escolas de comunicação. Para o pesquisador, já na época, se fazia necessário transformações das "estruturas acadêmicas nacionais e da implantação de um modelo de universidade, que" pudesse contemplar "o pluralismo dos campos do saber, sem deixar contudo de cimentá-los com princípios gerais a um só tempo integradores e mudancistas" (Marques de Melo, 1984, p.14).

Dando um salto relativamente largo e chegando aos dias atuais, pode-se afirmar que muitas mudanças ocorrerem. Houve uma ampliação dos cursos e do número de alunos, incorporação de outras habilitações, algumas reestruturações curriculares etc. Como bem assinala o professor Eduardo Meditsch (2012, p.18),

> A área da Comunicação tem agora um considerável exército de pesquisadores em atividades em quatro dezenas de programas de pós-graduação espalhados por todas as regiões do país, produzindo centenas de teses e dissertações a cada ano, formando milhares de novos mestres e doutores, interagindo com centros de excelência pelo mundo afora, publicando incontáveis periódicos e livros com potencial impacto sobre os mais de seiscentos cursos de graduação em funcionamento no Brasil, onde dezenas de milhares de alunos se formam ávidos para atuar na realidade profissional. As entidades acadêmicas da área se consolidam e se multiplicam

na mesma proporção, graças ao idealismo e ao trabalho voluntário abnegado de suas lideranças.

Meditsch (2012, p.19) afirma que a palavra de ordem para o século XXI, especialmente nesta segunda década, é a inovação. Embora, alerta o pesquisador, "algumas coisas não apenas não mudaram, como ainda se enrijeceram muito ao longo dos últimos trinta anos, apesar de todas as transformações ocorridas em volta" (Meditsch, 2012, p.23). É fundamental continuar na árdua batalha não para afrouxar o espaço comprimido por medidas educativas, muitas vezes ultrapassadas, que denotam a necessidade de readequação nos muitos âmbitos do fazer comunicação com qualidade, mas dirigir os embates no sentido da inovação, como assinala o pesquisador.

É necessário um olhar atento para as necessidades educativas superiores regionais do país, uma vez que a própria dimensão territorial e as diferenças econômico-sociais, por si, dificultam ações em âmbitos nacionais. É o olhar do local, do regional, para contemplar a multiplicidade de demandas nacionais, que pode se constituir como um diferencial importante para empreender qualidade na educação superior nacional e atingir níveis internacionais. Não é possível criar políticas únicas para atender as dimensões comunicativas, especialmente no país, mas é necessário criar mecanismos que definam um caminho, como uma espécie de espinha dorsal, que poderá ser utilizada como uma medida norteadora da excelência educacional superior no Brasil.

Neste sentido, vale destacar duas ações importantes no âmbito da Comunicação Social que foram empreendidas recentemente. Em 2009, o então ministro da Educação, Fernando Haddad, convidou o professor José Marques de Melo para coordenar um grupo de especialistas para definir as Diretrizes Curriculares para o Curso de Jornalismo. Em 2010, o mesmo convite recebeu a professora Margarida Kroling Kunsch para fazer o mesmo em

relação aos cursos de Relações Públicas. As comissões foram montadas, e dois documentos foram gerados.[8]

O Relatório da Comissão que propôs as Diretrizes Curriculares para o curso de Jornalismo foi entregue ao Ministério da Educação em setembro de 2009. A proposta para o curso de Relações Públicas foi protocolada em outubro de 2010. Depois de mais de três anos do primeiro documento e mais de dois anos do segundo, somente no final de 2013 é que essas foram apavoradas. Assim, a área, mais especificamente com referência a esses dois cursos, se encontra em um processo de mudanças. O resultado na demora não somente da aprovação, mas do desenvolvimento das novas diretrizes gerou currículos defasados, que não atendem às novas demandas culturais e tecnológicas do país. E durante essa fase de implantação (que é um processo complexo e demorado) as instituições de ensino superior do país, públicas, privadas, confessionais ou filantrópicas procuram minimizar, através de ações paleativas, os estragos que vem sendo produzidos, especialmente no que tange à formação e à vinculação entre a teoria e práxis. Os reflexos disso já podem ser observados, quer no mercado profissional dos meios de comunicação de massa ou nos centros de pós-graduação, que buscam perfis de excelência na formação em graduação. As diretrizes ampliam o foco de conhecimento; atendem aos anseios dos principais espaços de produção de conhecimento; sindicatos; entidades ligadas as carreiras na área; estudantes, professores, instituições de ensino e as demandas das indústrias que se valem desses profissionais.

---

8 Os dois documentos pode ser acessados na web. O documento que traz as Diretrizes do Curso de Jornalismo está disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf>. O documento com as Diretrizes para o Curso de Relações Públicas está disponível em: <http://www.conferp.org.br/wp-content/uploads/2010/10/diretrizesrpmec.pdf>.

Outro dado que merece ser mencionado faz referência à área de Cinema e Audiovisual. Foi em junho de 2006 que foi aprovada a resolução que instituiu as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação de Cinema e Audiovisual, a serem observadas pelas instituições de Educação Superior em sua organização curricular. As mesmas diretrizes aplicam-se às ênfases ou especializações em Cinema e Audiovisual em cursos de Comunicação Social, e isso justifica sua menção. E assim, a Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação institui as Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos Superiores de Cinema e Audiovisual, a serem observadas pelas Instituições de Ensino Superior em sua organização curricular, incluindo que as mesmas diretrizes aplicam-se às habilitações em Cinema e Audiovisual nos Cursos de Comunicação Social.

Embora ainda existam cursos de graduação em Comunicação que contemplam as habilitações de Cinema e/ou Audiovisual, também são encontrados, em todo país, cursos na área do Cinema e do Audiovisual. São várias as denominações. O Ipea, nas chamadas públicas de 2010 e 2011, mapeou as profissões, e o resultado publicado traz dados importantes dessa formação. O material está disponível para consulta na web.[9]

Como pode ser verificado, no que tange às áreas de formação para o campo da Comunicação Social, as dificuldades são inúmeras para o entendimento de todo o processo de ensino superior no Brasil, embora seja necessário registrar que muitas ações positivas vêm sendo realizadas, como por exemplo a proposta das diretrizes curriculares citada anteriormente. Um problema recorrente é o sistema de concurso para a contratação

9 Os três volumes da primeira incursão estão disponíveis no site <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6724>, e a segunda etapa, composta por quatro volumes, pode ser baixada pelo site <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=13612>. Acesso em: dez. 2012.

de professor para as universidades públicas, adotado também por algumas instituições privadas, que muitas vezes privilegia a alta produção bibliográfica em detrimento da experiência profissional, como também os salários, que estão muito aquém da média de outras profissões, além da ausência de mecanismos de incentivo à docência. Esses são pontos cruciais para definir mudanças mais representativas no nível de qualidade institucional. Como bem registrou o professor Marques de Melo (1984, p.7), isto "afastou muitos profissionais competentes e deu lugar ao ingresso de jovens recém-diplomados nem sempre amadurecidos pela atividade prática", o que tem ampliado o *gap* que separa a academia do mercado, "ocasionando vácuos ou deficiências na formação dos futuros profissionais".

As discussões para o desenvolvimento de diretrizes para o campo da Publicidade, bem como para os cursos de Rádio, Televisão e internet, começaram a ser discutidas em 2014, tendo um longo caminho a ser percorrido. Outra constatação que deve ser mencionada é que, de forma geral, os estudantes que chegam às universidades, nos cursos de Comunicação Social, nas suas várias habilitações, defrontam-se com

> a generalidade e o abstracionismo do ciclo básico, acabam por minimizar os patamares a serem transpostos no processo de aprendizagem, demonstrando ansiedade para reproduzir os papéis que percebem no desempenho dos profissionais que atuam nos meios de comunicação de massa, sobretudo as dimensões do estrelismo, do oportunismo, da ascensão rápida. Por isso, querem queimar etapas didaticamente inaceitáveis. Desejam publicar matérias nos jornais, ter o seu nome em letra de forma, protagonizar filmes, veicular campanhas, editar livros, não importando a qualidade. Isso reflete muitas vezes o critério pragmatista e produtivista que absorvem das experiências realizadas nos laboratórios da própria escola. Ou até mesmo se contrapõe ao modelo verbalista da vida

escolar: querem compensações práticas, rápidas, imediatas, pela paciência que tiveram seguidamente ouvindo as preleções dos mestres. (Marques de Melo, 1985, p.8)

É necessário e urgente mudanças significativas nas estruturas pedagógicas, institucionais e da legislação nacional especialmente no que tange à educação superior na área da Comunicação Social. Mas para empreender essa ação é fundamental colocar todo o sistema educativo nacional, em todos os níveis, como bandeira de governo e como consequência, da sociedade. É fundamental definir o espaço das instituições, dos sindicatos, das agências, das empresas que utilizam os profissionais da área, conclamando a participação da sociedade civil organizada, incluindo nesse mote estudantes, professores, corpo técnico administrativo, produtores, políticos, presidentes de associações, sindicatos, diretores, reitores, chefes de Departamento, coordenadores de curso etc., em um processo interdisciplinar, abarcando as várias áreas do conhecimento, além de outros interessados, na qualidade da formação universitária. A qualificação do corpo docente, avaliações diferenciadas, que contemplem as assimetrias regionais, qualidade em todos os níveis de ensino, revisão das complicadas regras da pós-graduação etc. precisam ser revistas com urgência. É importante priorizar o quantitativo, mas é fundamental que ele venha acompanhado de qualidade.

Falar em Brasil é entender cenários de mudanças. A economia brasileira vai muito bem se comparada com o panorama de crises internacionais. O número de empregos cresceu em 2012 de acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, a nova classe "C" ascendeu ao consumo, novas profissões estão surgindo com muita rapidez, em um mercado profissional cada vez mais exigente. O advento das tecnologias digitais, a preocupação com o meio ambiente, a qualidade de vida e a priorização das relações interpessoais criaram novas possibilidades,

por um lado, mas são conclamadas a trazer opções renovadas diante de áreas clássicas de formação, como, por exemplo, a da comunicação, por outro.

Outro dado que não pode passar despercebido é a entrada crescente de estrangeiros no país, especialmente em decorrência das crises na Europa e América. Houve um crescimento de 25,9% de autorizações de trabalho no país se comparados 2010-2011, sendo mais de 70 mil autorizações só em 2011.

Pode-se mencionar que as atuações em mídias sociais, objetivando a interação e a administração entre empresas e consumidores, se constituem em espaços importantes para a formação profissional. Também a elaboração de estratégias de promoção de vendas em um mercado mais criativo e produtivo tem exigido novas especializações para a publicidade. O desenvolvimento de interfaces para as plataformas das mídias digitais, que procuram profissionais multimídia, além de capacidade para a gestão da informação, exoram novas especialidades de formação que exigem profissionais preparados para agirem na busca, seleção e recuperação de dados e informações em várias frentes, quer comerciais, econômicas, políticas ou sociais. Estas são algumas possibilidades diante de um leque enorme de oportunidades para os profissionais da área da Comunicação.

Organização do ensino superior no Brasil: um breve resgate

O sistema organizativo da educação superior no Brasil, tendo como fonte de dados o censo da educação superior (realizado em 2010) foi substancialmente detalhado na pesquisa coordenada pelo IPEA-Socicim, desenvolvida pela professora dra. Maria Cristina Gobbi e publicada com o título "Mapa Cognitivo: ensino da Comunicação no Brasil", no volume 4 do livro *Panorama*

da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil.[10] Porém, é necessário ressaltar que embora existam no país diversas ações afirmativas, quer do governo federal quer mesmo da sociedade civil organizada, menos de 15% dos jovens entre 18 e 24 anos (idade de cursar a universidade no país) estavam matriculados na educação superior em 2011, o número está muito aquém das necessidades de formação superior no Brasil.

Os dados brasileiros são bastante representativos se comparados com os outros países do Cone Sul. Para uma ideia geral, há no Brasil 2.378 instituições de ensino superior (2.099 particulares e 279 públicas) e 29.507 cursos oferecidos (20.262 em instituições particulares e 9.245 em públicas). Na faixa etária dos 18 anos aos 24 anos, o Brasil tem 23.878.190 jovens e o número de matrículas no ensino superior é de 6.379.299, ou seja, são 17.498.891 de jovens fora do ensino superior, correspondendo a 73% da faixa etária; destes, somente 2.182.229 são ingressantes, ficando a cifra real em 9,1%, e apenas 973.839 são concluintes. Esses dados, muito preocupantes, demonstram o tamanho do problema nacional com relação à educação superior. Isso sem mencionar que as mesmas dificuldades e com números também muito significativos são encontradas na educação básica e média, também detalhada nos estudos anteriores realizados sob a égide do Ipea (Gobbi, 2012, p.239-241).

Há várias justificativas para estes números, mas os dois focos muito densos são a distribuição regional de instituições, onde as regiões Sudeste e Sul do país concentram mais de 65% da oferta, ficando o Nordeste com 18%, Centro-Oeste com 10% e o Norte do país apenas com 6%. O outro é a pequena quantidade de instituições públicas no país, representando somente 11,6% (278

10 Publicação organizada por Daniel Castro e José Marques de Melo. O material também está disponível para *download* na página do Ipea: <http://www.ipea.gov.br>.

instituições) do total de 2.378 instituições. São 2.100 Instituição de Ensino Superior (IES) privadas, sendo que 1.038 delas estão na região Sudeste, representando quase 50% da rede particular. Com referência à rede pública, são 131 instituições na região Sudeste, representando 47% das ofertas de ensino superior público do país (Gobbi, 2012, p.239-241).

Na área da Comunicação, na modalidade presencial, foram realizadas 225.074 matrículas, de acordo com o Censo da Educação Superior 2010, sendo que 37.132 foram para os cursos de Jornalismo, correspondendo a 16% das opções. Mas a área de maior adesão é a da Publicidade e Propaganda, que recebeu 64.850 inscritos (29%), enquanto a área de Relações Públicas ficou com 9.074 (4%).[11] Portanto, embora o Jornalismo seja a carreira de maior *glamour* no país, é o curso de Publicidade e Propaganda que atrai o maior contingente de jovens (Gobbi, 2012, p.251-250).

Com referência à oferta de cursos em todas as áreas do conhecimento, os dados não são diferentes. As universidades públicas concentram 8.821 cursos, enquanto a rede particular conta com 19.756. Na área da Comunicação, modalidade presencial, há 1.352 cursos, onde 1.188 estão concentrados nas instituições privadas, representando 88% de toda a oferta (Gobbi, 2012, p.251-250).

Caminhos a percorrer

Os dados disponibilizados evidenciam os desafios que devem ser superados, em todos os âmbitos da educação nacional. Para que a educação se transforme, de fato, em prioridade nacional, ocupando o lugar de responsável pelo decisivo papel da inclusão

---

11 Não estão incluídos nesses dados outros cursos como: Mercadologia, Comunicação Institucional, Radialismo, Comunicação Social etc.

social, geração de trabalho e renda, diminuição das desigualdades sociais e regionais e para o desenvolvimento científico e tecnológico, é necessário um trabalho de acostamento, que começa no ciclo básico e chega à pós-graduação. Não há como falar em desenvolvimento econômico, acesso amplo, ingresso do país entre aqueles de maior desenvolvimento técnico-científico sem tratar a educação como prioridade de Estado, com a participação de todos os atores sociais. Somente a união de forças entre governo e sociedade civil organizada será capaz de alterar, de forma substanciosa e rápida, o cenário da educação nacional e como consequência promover o desenvolvimento em vários âmbitos.

Sem dúvida, o cenário do desenvolvimento educacional está caótico do ponto de vista das emergências educacionais, em todas as frentes, especialmente no que tange à qualidade daquilo que deve ser empreendido, do acompanhamento da sociedade civil organizada, da destinação das verbas e das metas prioritárias das ações públicas.

Para de fato mudar os cenários do Brasil e colocar a educação nacional como bandeira de governo, capaz de definir o espaço da nação, algumas ações são fundamentais e necessitam ser empreendidas com urgência: a qualificação do corpo docente, avaliações diferenciadas, que contemplem as assimetrias regionais, qualidade em todos os níveis de ensino, revisão das complicadas regras da pós-graduação etc. Se ações de qualidade não forem empreendidas, não adianta ter como meta definida no Plano Nacional de Pós-Graduação (PNPG) 2011-2020

> a titulação de 19 mil doutores, 57 mil mestres e 6 mil mestres profissionais por ano a partir de 2020; aumento do número de doutores por mil habitantes (faixa de 25-64 anos), dos atuais 1,4 para 2,8 em 2020; no período ter titulado 150 mil doutores e 450 mil mestres; posicionar o Brasil entre os dez países maiores produtores de conhecimentos novos.

É importante priorizar o quantitativo, mas é fundamental que ele venha acompanhado de qualidade.

A cultura da cobrança, especialmente as quantitativas geradas em todas as frentes, instituições, agências etc. que enriquecem os Lattes, notadamente na pós-graduação, está incorporada nos professores, gestores e administradores. O que precisamos para atingir as metas propostas no PNPG são, principalmente, a ampliação do acesso e a redução das assimetrias em todos os níveis. O documento do professor Jorge Guimarães sobre o *Plano Nacional de Pós-Graduação 2011-2020*, apresentado na reunião Magna da Academia Brasileira de Ciências, no Rio de Janeiro, aponta múltiplos desafios que precisam ser superados, dentre eles

> a necessária adoção de políticas públicas que visem a diminuição da desigualdade; uma política séria, honesta e transparente de inclusão social aos desfavorecidos, com a finalidade de combater o analfabetismo, a informalidade, a fome e o desemprego. Políticas de distribuição de renda, investimento em educação e na geração de empregos. Acesso a uma educação pública de qualidade. Redução do trabalho burocrático exigido dos pesquisadores na gestão dos recursos cedidos pelas agências.

Para que isso seja possível, o mesmo documento sinaliza que a pós-graduação deve buscar novas formas de interação entre a universidade e a sociedade, de maneira a tornar mais ágil a apropriação do conhecimento produzido na universidade pela sociedade; incluir a participação das instituições de ensino no planejamento das ações a serem exercitadas; estimular a formação de redes de pesquisa etc. Mas é necessário, também, que o olhar da acadêmica se volte para o mercado, para o setor produtivo e incorpore em todo o processo de formação outros parâmetros e métricas para dar conta da diversidade social, econômica, cultural e de desenvolvimento do país.

Referências bibliográficas

BEAR, L. M. M. Desafios do Brasil para os próximos 30 anos. (Entrevista.) *Jornal Valor Econômico*, 16/6/2011. Disponível em: <http://www.valor.com.br/arquivo/892695/desafios-do-brasil-para-os-proximos-30-anos>. Acesso em: dez 2011.

CENSO Nacional. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/english/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_da_populacao/resultados_do_universo.pdf>. Acesso em: dez. 2012.

FREI BETTO. Frei Betto critica assistencialismo e pede reformas por "democracia econômica. (Entrevista.) *UOL*, 15/3/2008. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/2008/03/15/ult23u1484.jhtm>. Acesso em: dez. 2011.

GOBBI, M. C. Mapa Cognitivo: ensino da Comunicação no Brasil. In: CASTRO, D.; MARQUES DE MELO, J. (Orgs.). RODRIGUES, J. C. G. (Ed.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011/2012*. Tendências. Brasília: IPEA/Socicom, 2012.

GOBBI, M. C.; BETTI, J. C. G.; ASSIS, F. Panorama da produção de conhecimento em comunicação no Brasil. In: CASTRO, D.; MARQUES DE MELO, J.; CASTRO, C. *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. Brasília: IPEA, v.3, 2010.

GUIMARÃES, Jorge. *Plano Nacional de Pós-Graduação – PNPG 2011 – 2020*. Apresentação em Power Point. Reunião Sesu, Brasília, 2011.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/superior-condicoesdeensino>. Acesso em: jan. 2013.

MARQUES DE MELO, J. O ensino de jornalismo na batalha decisiva pela qualidade. *Revista Brasileira de Comunicação*, 8 (52), p.70-74. São Paulo: Intercom, 1985.

______. *Panorama Brasileiro da Pesquisa em Comunicação*. Texto introdutório do estudo bibliográfico "A Pesquisa em Comunicação no Brasil", apresentado ao Centro Internacional de Investigações para o Desenvolvimento (Canadá), entidade patrocinadora do Projeto Alaic/Intercom, concluído em dezembro de 1984, que propiciou a publicação do *Inventário da Pesquisa em Comunicação no Brasil: 1883-1983.*

MEC-BRASIL. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=13454:acr>. Acesso em: jan. 2013.

MEDITSCH, E. *Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir*. A função social da universidade e os obstáculos para a sua realização. Florianópolis: Insular, 2012.

PNAD. Pesquisa Nacional por amostra de Domicílios. Síntese de indicadores 2011. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro, 2012.

POCHMANN, M. *Reestruturação produtiva:* perspectiva de desenvolvimento local com inclusão social. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

UNESCO. *Declaração da Conferência Mundial de Ensino Superior no século XXI*: *Visão e Ação*. 2009. Disponível em: <http://www.preal.cl.> Acesso em: dez. 2012.

______. *Conferência Mundial sobre Ensino Superior 2009:* as novas dinâmicas do ensino superior e pesquisas para a mudança e o desenvolvimento social. 2009. Disponível em: <http://www.preal.cl>. Acesso em: dez. 2012.

Desterritorialização dos arranjos produtivos locais de cultura na ecologia criativa da cidade de São Paulo

Juarez Tadeu de Paula Xavier[1]

Arranjos produtivos locais – digitais e analógicos

A Região Metropolitana de São Paulo registra a transição dos seus arranjos produtivos locais de *analógicos* para *digitais*.[2] Esse fenômeno se intensificou a partir da segunda metade do século XX, nas suas principias cadeias produtivas. A área era tomada por arranjos produtivos amarrados ao chassi das indústrias automobilística e têxtil. Aos poucos ela foi ocupada pelos arranjos produtivos ligados à economia criativa (marketing, cadeia do

1 Professor Doutor do Departamento de Comunicação Social, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), da Unesp, câmpus de Bauru; coordenador do curso de Jornalismo; ministra a disciplina Jornalismo Especializado (I e II); pesquisador do Centro de Estudos Latino Americanos sobre Comunicação e Cultura (Celacc/ECA/USP) e do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Lecotec/Faac/Unesp); coordenador do Núcleo de Estudos e Observação em Economia Criativa (NeoCriativa/Faac/Unesp/Bauru). E-mail: jxavier@faac.unesp.br.

2 Os conceitos analógicos e digitais são usados neste artigo como tangível/material e intangível/imaterial, para marcar a transição entre um estágio e outro nos arranjos produtivos locais.

turismo de negócio, comunicação, arquitetura, eventos, ciclo da moda, entretenimento, design, corredores digitais, produção de bens simbólicos, culturais e intangíveis). As cadeias produtivas econômicas principais – articuladas em áreas e regiões estratégicas (bairros da Mooca, Penha, Brás e Barra Funda) – foram deslocadas para as áreas centrais da cidade (região da Avenida Paulista e entorno). A atividade industrial perde força na região, e a atividade criativa cresce e sedimenta-se no horizonte econômico metropolitano. A característica fundamental desse cenário mutante é a *desterritorialização* dos arranjos produtivos locais: de áreas territoriais produtivas fixas (cadeias de insumos, infraestrutura produtiva e mão de obra especializada nuclealizada) para áreas territoriais virtuais (insumos digitais, infraestrutura digital capilarizada e descentralização da mão de obra especializada). A cidade industrial cede espaço para a nova cidade criativa que emerge na área metropolitana de São Paulo.

Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010),[3] a região metropolitana de São Paulo é constituída por uma extensa e densa bacia tecnológica. Ela é a região onde há a mais consistente infraestrutura técnica na região Sudeste, a mais densa e rica do país. Esse território é coberto por uma rede que dá sustentação à cadeia produtiva, que concentra renda, cultura e poder político, em uma estreita faixa de territorial.

Esse território criativo concentra núcleos de gestão de processos produtivos e criativos (políticos, econômicos, sociais, culturais e tecnológicos), de pessoas (centros de formação profissional, técnica, intelectual e cultural) e de recursos (materiais – infraestrutura física [hidráulica, mecânica, elétrica]) – e imateriais (simbólicas, culturais e digitais); *hardware* e *software* estratégicos de criação e produção.

3 Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE/2010), XII Censo Demográfico. (Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 2 jan. 2010.).

A área é tomada por sofisticadas e modernas próteses técnicas, analógicas e digitais (públicas e particulares); concentra os principais centros de pesquisas e universidades, com extensos projetos teóricos e experimentais; o maior número de pesquisadores, inovadores criativos, docentes e discentes do país; e forma a maior rede de arranjos produtivos locais (APL) – das economias de manufaturas e criativas – conectados do território nacional.

Esse universo é regulado por *políticas públicas pontuais* (para cada uma dessas cadeias produtivas) e *políticas públicas globais* (para o conjunto dos arranjos produtivos), *políticas públicas segmentadas* (para cada uma das dimensões dessas cadeias produtivas: gestão de processos, pessoas e recursos) e *políticas públicas transversais* (para todas as dimensões dessas cadeias). Muitas dessas políticas públicas, pela magnitude e representação política da região, se estendem para as demais regiões do país, assim como as políticas públicas de inclusão. São diversos os mecanismos que promovem a inclusão educacional (programas de ingresso no sistema formal de educação), a inclusão cultural (constituição de uma rede de inclusão virtual) e inclusão digital (pontos de cultura e conexão) dos segmentos sociais em condição vulnerável, mantidos pelo poder público (municipal, estadual e federal) e pela iniciativa privada (projetos de organizações particulares dos setores produtivos e pelas organizações não governamentais).

Pelos números apresentados pelo IBGE, a região metropolitana de São Paulo é uma densa área de próteses tecnológicas, com sofisticadas formas de gestão de processos, pessoas e recursos, capaz de sustentar a transição de uma economia industrial (material e analógica) para uma economia criativa (imaterial e digital).

Este artigo procura contribuir para preencher a lacuna dos estudos sobre a emergência de novos operadores culturais, em áreas concentradas, que se apossaram das novas ferramentas digitais, capilarizadas pelo território, para a produção e inovação de bens culturais e simbólicos.

Áreas Concentradas: processos, pessoas e recursos tangíveis e intangíveis

Dois componentes – que se entrelaçam – são importantes para a compreensão desse cenário que se desabrocha na maior região metropolitana da América Latina: a densa estrutura tecnológica, que articula elementos tangíveis e intangíveis, e a sedimentação de novos modelos de negócios e serviços criativos, a chamada economia criativa. Em um extenso estudo sobre o processo de ocupação do território brasileiro, o geógrafo Milton Santos (2001a) observou a formação das chamadas "regiões concentradas". Essas regiões são caracterizadas pela convergência de fatores que implicam as formas de organização dos seus processos, da mobilidade e ocupação das pessoas que vivem nessas regiões, e pela mobilização dos recursos disponíveis, tanto os materiais como os imateriais.

Segundo Santos (2001a, p.42):

> Essa indústria em desenvolvimento, particularmente a partir da revolução de 1932, precisava ampliar o seu mercado. A extinção das barreiras à circulação de mercadorias entre os Estados da União marcou um avanço fundamental no processo de integração econômica do espaço nacional. Faltavam, porém, outras variáveis de sustentação, entre elas uma rede nacional de transportes. Essa integração começou pela região circunvizinha ao Estado de São Paulo, pois as relações comerciais eram facilitadas pela existência de um embrião de transportes modernos em rede e a relativa proximidade dos mercados permitia um tráfego marítimo mais extenso.

Santos (2001a) sinaliza que essa mobilização (processos, pessoas e recursos) criou as condições para a formação da "região polarizada" do país. Segundo o geógrafo, esse foi o momento inicial da integração territorial, dado por uma integração regional

do Sudeste e do Sul, e que forjou as bases dessa região, ocupada por próteses tecnológicas.

São nas dobras desses processos contínuos que se formam as regiões e áreas concentradas. Nelas convergem recursos tangíveis e intangíveis que formam a materialidade da ocupação do território. Esse processo é o ruído de fundo que ecoa e molda as fronteiras das singularidades da região metropolitana de São Paulo.

Nessa região destacam-se as infraestruturas técnicas, os portos e aeroportos, as ferrovias, rodovias e hidrovias, as infraestruturas elétricas, as de refinos (petróleo) e dutos, e as bases físicas das telecomunicações; as próteses tecnológicas que dão velocidades à dinâmica da região concentrada.

"Graças aos progressos da ciência e da técnica e à circulação acelerada de informações, geram-se as condições materiais e imateriais para aumentar a especialização do trabalho nos lugares", diz Milton Santos (2001a, p.105). O processo permite uma reorganização produtiva permanente e acelerada do território e dos seus agentes criativos.

A cidade é o território onde se dão as contradições e os conflitos, inerentes aos processos de mudanças estruturais, reorganização produtiva e implicações sobre as condições de vida e emprego dos seus agentes. Em especial, as grandes cidades e regiões metropolitanas. Para Santos (2001a), a Região Concentrada é o *lócus* e *logos* dessas contradições:

> Como estamos vendo, nas áreas privilegiadas pela concentração o trabalho adquire maior especialização e cresce a necessidade de intercâmbios. As cidades tornam-se especializadas e por isso se verifica, como no Estado de São Paulo, uma acentuada divisão interurbana do trabalho. [...] Na Região Concentrada, *lócus* de divisões "extremas" do trabalho, aumentam as áreas destinadas à circulação e os movimentos internos resultam mais intenso do que no resto do país. (Santos, 2001a, p.141)

Segundo Santos (2001a, p.141):

> Sístole e diástole ao mesmo tempo. Podemos falar da tendência à dissolução da metrópole no território e de uma presença simultânea e instantânea em todos os lugares do país, enquanto se reforça sua capacidade de comando, sobretudo quanto à informação e ao sistema bancário.

A Região metropolitana de São Paulo tem todos os elementos que caracterizam uma região concentrada: *processos* (políticos, econômicos, sociais, culturais e tecnológicos), *pessoas* (agentes vinculados às atividades hegemônicas e agentes vinculados às atividades subalternas), e *recursos* (materiais – infraestrutura física – e imateriais – bens culturais e simbólicos). Ela é atravessada por contradições em todas as suas dimensões (desigualdades territoriais, zonas de densidade e de rarefação, zonas de fluidez e viscosidade, espaços da rapidez e da lentidão, espaços luminosos e opacos, espaços que mandam e obedecem), segundo Santos (2001a), que condicionam as formas de apropriação desses recursos pelos seus agentes ativos. Essas circunstâncias abrem brechas para a reorganização produtiva, como a estimulada pela economia criativa.

A economia criativa é o outro componente importante para a compreensão do cenário mutante da área concentrada da Região Metropolitana.

O Instituto Itaú Cultural publicou[4] um estudo sobre a potencialidade da economia criativa como fator de desenvolvimento econômico e social. O estudo procura traçar painel sobre a conceituação dessa modalidade econômica, e suas múltiplas formas de aplicação para a criação de renda e emprego.

Na publicação, a então chefe do Programa de Economia e Indústrias Criativas da Unctad (United Nations Conference on

4 Cf. Reis (2008).

Trade and Development), Edna dos Santos-Duisenberg (2008) desenha as visões globais que embalam a construção do conceito e que procuram delinear as fronteiras das experiências realizadas em âmbito mundial. Para a brasileira, o desenvolvimento econômico em escala global provocou mudanças da estrutura da sociedade e no comportamento dos agentes econômicos e sociais. Os avanços tecnológicos e a conectividade influenciam as atividades diárias dos membros da sociedade moderna.

Santos-Duisenberg (2008) argumenta que essas transformações deram novas formas aos padrões de consumo cultural, em escala mundial, de produtos processos, serviços criativos e culturais, "criados, produzidos, reproduzidos, distribuídos e comercializados em nível nacional e internacional". Segundo ela, esse "ambiente mutante" é o reconhecimento de que "a criatividade e o talento humano, mais do que os fatores de produção tradicionais, como o trabalho e o capital, estão se tornando rapidamente um poderoso instrumento para fomentar ganhos de desenvolvimento" (Santos-Duisenberg, 2008, p.56).

> Além do mais, como a noção científica de conhecimento, de inovação e de tecnologia da informação está inserida na estrutura conceitual da economia criativa, há quem defenda que hoje estamos testemunhando um período de transição. Parece que o mundo está passando por uma mudança gradativa de paradigma, saindo da era da Sociedade da Informação do século XX, onde o foco estava na comunicação liderada pela informação, e indo em direção a uma abordagem mais holística da Economia Criativa no século XXI, em que a força motriz é a criatividade liderada pelo conhecimento e apoiada pela conectividade. (Santos-Duisenberg, 2008, p.56)

Segundo Santos-Duisenberg (2008), no horizonte das mudanças provocadas pela reorganização produtiva e econômica global, a economia criativa emerge como uma nova possibi-

lidade de geração de renda, emprego e trabalho, em diversas áreas econômicas.

Ela aponta seis aspectos básicos que impulsionam o desenvolvimento da econômica criativa (Santos-Duisenberg, 2008, p.59):

- *Dimensão das políticas*: políticas econômica, tecnológica, cultural e social;
- *Multidisciplinar*: cultura, trabalho, comércio, tecnologia, turismo;
- *Onipresente*: educação, trabalho, lazer e entretenimento;
- *Valores culturais – históricos*: antropologia/estética, étnico e diversidade cultural;
- *Atemporal*: tradições do passado, tecnologias atuais, visão futura;
- *Inclusão na sociedade*: setores público/privado, todas as classes sociais, ONGs com ou sem fins lucrativos.

Esses componentes se articulam em quatro núcleos, que mantêm entre si múltiplas conexões universais e permanentes: patrimônio cultural, artes, mídias e criações funcionais.

Santos-Duisenberg (2008) tece considerações sobre o potencial da economia criativa (possibilidades econômicas, impactos na economia global, geração de renda e trabalho, mensuração dos dados da economia criativa, magnitude e emprego de mão de obra, definições de políticas públicas, organização dos novos arranjos produtivos e das suas respectivas cadeias, estratégia de desenvolvimento da economia criativa e ações sociais). A economia criativa não é uma "panaceia geral", mas pode ser mobilizada como estratégia de desenvolvimento, segundo a representante da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

Sintonizado com as experiências internacionais, no Brasil, o ministério da Cultural (MinC) criou a secretaria da Economia

Criativa.[5] O órgão faz parte da ação estratégica do governo federal para o desenvolvimento econômico, com ênfase no ciclo de produção cultural, e da inclusão de seus agentes.

Para a secretária da Economia Criativa do ministério da Cultura, Cláudia Leitão (2011), o plano atende ao compromisso político do governo de resgatar o que foi descartado pelos operadores do "desenvolvimento moderno": a criatividade dos agentes criativos brasileiros.

Leitão explica essa estratégia, no texto de apresentação do Plano da Secretaria da Economia Criativa:

> O Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) representa o desejo e o compromisso do Ministério da Cultura, no Governo Dilma Rousseff, de resgatar o que a economia tradicional e os arautos do desenvolvimento moderno descartaram: a criatividade do povo brasileiro. As tecnologias sociais produzidas pela imensa criatividade brasileira tornaram-se realidades irrefutáveis. No entanto, essas tecnologias ainda carecem de apoio do Estado brasileiro para vicejarem. Em inúmeros países de diversos continentes (como a Austrália, a Turquia, a China) a criatividade vem sendo apoiada por políticas públicas e sendo tratada como o insumo por excelência da inovação. Essa nova economia vem crescendo, graças à sociedade do conhecimento e às novas tecnologias. É a dimensão simbólica da criação humana (presente das artes do circo ao conteúdo dos games) que passa a ser o elemento fundamental na definição do preço desses novos bens e serviços, construindo novas solidariedades, novas éticas e estéticas, reunindo, enfim, comunidades e indivíduos, desta feita, a partir das redes e coletivos (Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2011)

---

5 O governo da presidente Dilma Vana Rousseff – na gestão da ministra da Cultura Anna Maria Buarque de Hollanda (2011/2012) – criou a secretaria da Economia Criativa, que lançou, em 2011, o "Plano da Secretaria da Economia Criativa – políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014".

Os dois vetores apontados (área concentrada – material e imaterial – e o desenvolvimento de componentes da economia criativa) contribuem para a compreensão do processo em curso, da mudança do cenário de uma cidade industrial para o cenário de uma cidade criativa, em que os novos processos têm a criatividade como base fundamental da inovação e invenção de produtos, serviços e processos. Características que atravessam todo o ciclo inventivo (criação, produção, circulação, distribuição, consumo/fruição, reuso e reutilização), em todas as cadeias produtivas, e implicam a metamorfose dos Arranjos Produtivos Locais de Cultura (APLc) em Arranjos Produtivos Virtuais de Cultura (APVc), em processo acelerado de *desterritorialização*.

Região metropolitana de São Paulo: território criativo e cidade criativa

A cidade de São Paulo é uma plataforma para a inovação, invenção e criação de produtos, serviços e processos criativos. Seus processos inventivos, seus agentes inovadores e seus recursos culturais transformam a cidade em um laboratório ampliado de invenções e reinvenções. Os Índices de Desenvolvimento Humano da cidade (IDH/IBGE/2010) apontam para a concentração na região central das melhores condições de vida (concentração dos equipamentos sociais e culturais; concentração dos sistemas de atenção e atendimentos; concentração dos agentes criativos). O mapa mostra a migração do centro econômico da cidade dos bairros operários para os centros de economia criativa e simbólica, da região central, com a Avenida Paulista[6] como eixo desse corredor digital.

6 A Avenida Paulista – que completou cem anos – concentra os equipamentos de produção e reprodução simbólica – econômica, cultural, artística – da

Do centro para a periferia, três anéis se formam, quando se avalia o IDH da região. Na parte central, os índices são "muito elevados", dada à concentração dos equipamentos sociais na região. No segundo anel, onde se localizam os bairros de classe média, os indicadores são considerados "elevados". No último anel, onde se localizam as periferias da cidade, os indicadores são "médios". Os bairros tradicionais do século passado deixam de ser os "distritos industriais" da cidade, onde os operários moravam próximos das fábricas e onde as cadeias de insumo eram na vizinhança.

Nesse deslocamento das áreas produtivas, novas concentrações se desenharam, em novos ciclos, que redefiniram a fisionomia da cidade e reorganizaram os seus diversos ciclos produtivos, de bens materiais e simbólicos. Os números[7] que arquitetam a topologia humana da Região Metropolitana de São Paulo dão à dimensão da magnitude dessa área concentrada de economia criativa.

Cerca de 19 milhões de pessoas vivem na Região Metropolitana, segundo os dados do IBGE/2010, em 38 municípios (grandes, médios e pequenos). O município de São Paulo tinha à época da divulgação dos dados 10.886.518 habitantes. Número que ficou para trás. A indústria do turismo – apontada como um dos vetores da economia criativa – desponta como eixo estratégico dessa nova economia.

Em 2010, a cidade foi visitada por 11,7 milhões de turistas. Cerca de 10 milhões eram turistas nacionais (82,46%); os estrangeiros foram 1,6 milhões (16,4%). Em relação ao ano anterior, o movimento do turismo na cidade cresceu 3,54%. A maior parte desses turistas visita a cidade em "turismo de negócio" (56,1%). Desses, 22,4% participaram de eventos; 10,9% a lazer; 4% para estudos; 2,6% para visitar parentes e amigos; e 2,5% para assun-

---

cidade e do país (Disponível em: <http://www.associacaopaulistaviva.org.br/aavenida_numeros.asp>. Acesso em: 6 mar. 2012).

7 Disponível em: <http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/sao-paulo-em-numeros>. Acesso em: 14 nov. 2011.

tos de saúde. Dos estrangeiros, 38% vêm da Europa; 30% dos EUA e Canadá; 21% do Mercosul;[8] 7% da América Latina, e 4% da Ásia. Esses turistas ficam na cidade entre três e cinco dias, e gastam 150 dólares.

O turismo de negócio e evento movimenta a economia e gera emprego de forma capilarizada. São Paulo é a capital que recebe o maior número de feiras de negócios na América Latina, e está em 12º lugar nos destinos para eventos internacionais. São realizados na cidade 90 mil eventos por ano, um a cada 6 minutos. Trata-se do principal mercado brasileiro de feiras de negócios, 75%, que gera R$ 2,9 bilhões por ano, sendo R$ 700 milhões em locação de áreas para exposição; R$ 700 milhões em serviços; R$ 8,5 bilhões em viagens, hospedagens e transporte terrestre e aéreo, com mais de 500 mil empregos diretos e indiretos.

Os dez maiores eventos de São Paulo mobilizaram cerca de 12,5 milhões de pessoas, no universo da economia criativa (festas populares, feiras de negócios, turismo, serviços e processos culturais), e, em termos de recursos, geram cerca de R$ 1.250 bilhão por ano. Isso sem considerar as cadeias produtivas do transporte, hospedagem, alimentação, lazer e compras.

A indústria do turismo é uma fonte geradora de renda, trabalho e empregos que provoca impacto na cadeia produtiva de bens simbólicos e de serviço da região. A Região Metropolitana da cidade de São Paulo consolida-se como uma área de destaque da economia criativa, e implica reestruturação dos arranjos produtivos da região, dos mecanismos econômicos, dos agentes criativos, e dos seus recursos e físicos e culturais.

Nos planos econômicos, científicos e culturais, a região concentra os principais equipamentos, centros de produção de conhecimento e de inovações tecnológicas. A região de São Paulo é

8 Países que fazem parte: Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai, Venezuela. Estados Associados: Bolívia, Chile, Peru, Colômbia e Equador. Estados Observadores: México e Nova Zelândia.

sede de 38 das 100 maiores empresas privada de capital nacional. Cerca de 60% dos grupos internacionais instalados no país têm suas sedes na região (IBGE, 2010).

O setor financeiro não é diferente. As áreas de gestão dos dezessete dos vintes maiores bancos estão localizadas na região. Assim como oito das dez maiores corretoras de valores; 31 das 50 maiores seguradoras; metade das maiores empresas de tecnologia do país (100); a maior bolsa de valores da América do Sul (Bovespa); a sexta maior Bolsa de Mercadoria e Futuros (BM&F) do mundo, em valores de negócios. Em comunicação digital, seis dos sete mais conhecidos portais de internet estão na região. São 864 mil transações de cartão de crédito por dia, 1.931 agências bancárias (de instituições nacionais e internacionais), com cerca de 860 mil transações de cartão de crédito diárias (extensiva forma de ingresso no universo digital e do consumo, segundo Zygmunt Bauman, 2011).

Na área da saúde, o Hospital das Clínicas – ligado à Universidade de São Paulo, a maior em produção científica no país – é o maior complexo hospitalar da América Latina. No total, a rede de saúde é formada por 1.769 estabelecimentos de saúde; 40 hospitais públicos; 61 hospitais particulares; com 24.957 leitos. São 26 universidades (públicas e privadas), 146 faculdades e 22 Centros de Educação Tecnológica. A rede de atenção cultural é diversificada e se estende para todas as regiões: 160 teatros, 110 museus, 260 salas em 55 cinemas, 280 salas de teatro (600 espetáculos teatrais em média por ano), 40 centros culturais, 64 parques e áreas verdes, sete parques temáticos (na Grande São Paulo), sete grandes casas de espetáculos, 294 salas para shows e concertos.

O cenário da área de concentração tecnológica, em que se articulam processos pautados pela econômica criativa, indica que o processo de digitalização da Região Metropolitana de São Paulo transformou os antigos arranjos produtivos locais – da era da manufatura – nos novos arranjos produtivos digitais – da era

da economia criativa – e desterritorializou as cadeias produtivas e seus arranjos.

Ecologia criativa da cidade criativa: novos criativos e novas narrativas

A ecologia digital (Howkins, 2001) da cidade criativa de São Paulo tirou dos conglomerados de produção de bens culturais e simbólicos o monopólio produtivo. A democratização do acesso ao universo digital e a capilarização das tecnologias móveis trouxeram para a cena da cidade novos agentes criativos e novas narrativas culturais. As regiões periféricas da cidade desenharam novas redes digitais, sustentadas em políticas públicas, áreas de formação criativas (coletivos culturais), e a disseminação de infraestruturas digitais e analógicas. Os novos operadores criativos articularam "esferas públicas alternativas" e circuitos culturais, que restituem, em parte, a polifonia multicultural da região metropolitana.

Ana Carla Fonseca Reis (2011), em seus estudos sobre as características das cidades criativas, aponta três aspectos fundamentais dessas cidades: inovações, conexões e cultura.

Para ela, inovações são criatividades aplicadas para solucionar problemas concretos e antecipar oportunidades apresentadas pelos cenários criativos. Tais inovações têm contornos sociais, culturais e ambientais, e não se limitam às inovações tecnológicas. As conexões se dão em múltiplas dimensões: *histórica* (entre o passado da cidade, que forma sua identidade e sua estratégia de futuro); *geográfica* (entre bairros e zonas, o que é importante nas grandes cidades); *governança* (com a participação de setores públicos, privados e da sociedade civil), *diversidade* (aglutinando pessoas com distintos pontos de vista, profissões, culturas, comportamentos), e *locais* e *globais* (preservando as singularidades da cidade, sem por isso isolá-la do mundo) (Reis, 2011, p.33).

A pesquisadora diz que a cultura faz parte da cidade criativa "sob quatro formas mais visíveis" e se insere por seu conteúdo, "compreendendo produtos, serviços e patrimônio (material e imaterial), e manifestações de caráter único"; pelas suas indústrias criativas, que compreendem "cadeias culturais", da criação à produção, do consumo ao acesso, com impacto econômico na geração de emprego, renda e arrecadação tributária; ao acrescentar novos valores aos segmentos tradicionais, com a "diferenciação e unicidade, em um contexto mais amplo de economia criativa", e ao formar o ambiente criativo, com a "convivência de diversidade e manifestações, fontes de inspiração para olhares e ideias diferentes, em especiais pelas artes" (Reis, 2011, p.33). Inovações, conexões e cultura são insumos presentes na ecologia criativa da região metropolitana de São Paulo, e estimulam as novas redes de criação, produção e fruição de bens, serviços e processos culturais. Clima propício para o surgimento dos coletivos de produção de conteúdos.

Esse cenário foi apresentado na edição especial da revista *Bravo!*,[9] que aponta a emergência de um novo cenário cultural, estimulado pelas novas tecnológicas, os novos criativos culturais e os coletivos culturais, que com suas produções e inovações – de plataformas, gestão de processos, formatos, conteúdos, públicos e linguagens – ocupam espaços representativos nos territórios culturais, nas últimas décadas.

---

9 *Bravo!* Edição Especial de Aniversário – 15 anos. "Os 15 fatores mais relevantes da cultura brasileira nos últimos quinze anos" – 1. O florescimento da escrita; 2. O sucesso de cinema de ação *Made in Brazil*; 3. A renovação do documentário; 4. A ascensão da cena musical independente; 5. A disseminação do teatro de grupo; 6. O surgimento de uma Broadway nacional; 7. A revitalização da OSESP; 8. O reconhecimento internacional da arte contemporânea brasileira; 9. O nascimento de Inhotim; 10. A descoberta da periferia pelo centro; 11. A explosão da dança; 12. A nacionalização da alta gastronomia; 13. O advento das semanas de moda; 14. A popularização do *design*; 15. O *boom* dos quadrinhos.

José Flávio Júnior[10] abordou o fenômeno da ascensão da cena musical independente. Segundo o autor, "o país está coalhado de festivais", promovidos por criativos empreendedores culturais, em cidades como Belém, Fortaleza, Goiânia, Macapá, Natal, articulados na "Rede Brasil de Festivais", com mais de 100 festivais realizados por ano, muitas vezes sem patrocínio público. "Pelos cálculos do Coletivo Fora do Eixo, organização que ajudou a conectar produtores locais e agitar esse mercado, 30 mil músicos se beneficiam da nova realidade", enfatiza Júnior.

Nesses festivais, explica ele, o objetivo não é se apresentar para as multinacionais da indústria fonográfica. Os festivais visam conectar novos produtores – organizados em redes, que operaram de forma colaborativa, comercializam suas produções – e formar novos públicos, "sem nenhuma ingerência externa". "A cena agora é independente para valer", em relação ao arranjo produtivo da indústria fonográfica das décadas passadas, informa o jornalista.

Os coletivos encontram solo fértil nas áreas concentradas, que servem de base operacional para novos projetos. Suas redes de conexão digital formam a infraestrutura dos novos Arranjos Produtivos Locais de Cultural (APLc), desterritorializados. Essa rede digital – cadeias produtivas digitais – articula sistemas virtuais, facilitadores dos processos criativos à distância, em pequenas unidades inovadoras, que fraturaram o bloco monolítico da produção da indústria cultural, e fragilizam sua ação hegemônica.

O fenômeno pode ser verificado no site cultural "Catraca Livre", que cobre a produção cultural independente, e no blog da "Cooperifa", organização cultural da periferia da cidade de São Paulo, na Zona Sul.[11]

---

10 Jornalista e crítico musical, curador do projeto Prata da Casa (2010/2011), dedicado a novos cantores e bandas, no Sesc Pompeia, em São Paulo.

11 Disponível em: <http://www.catracalivre.com.br> (acesso em: 14 jul. 2013, às 17h07) e <http://cooperifa.blogspot.com.br> (acesso em: 14 jul. 2013, às 16h).

Capilarizadas em áreas com densidade tecnológica, segmentos sociais em condições vulneráveis apropriam-se dessas ferramentas e constroem novas narrativas culturais, em grupos de *hip hop* e bandas independentes, circuito cultural do samba e da música regional, coletivos de pesquisa e ação teatral, grupos de capoeira, grafite e literários, que criam diversos núcleos de saraus pela periferia da cidade.

A nova ecologia criativa da cidade propiciou o surgimento de novos operadores culturais e de novas narrativas. Eles e suas produções criativas arquitetaram arranjos produtivos locais virtuais e desterritorializados, inovaram a cena cultural, com a emergência de novos produtos, serviços e processos culturais, e pluralizaram a produção cultural, com a formação de novas esferas públicas, democráticas, radicais e alternativas, e a criação de novos públicos.

Considerações finais

A Região Metropolitana de São Paulo deixou para trás, com base na observação dos seus arranjos produtivos e de suas cadeias criativas, uma cidade analógica, compreendida como uma cidade cuja base é a manufatura, e avança para a consolidação de uma cidade digital, compreendida como uma cidade de arranjos produtivos digitais, concentrado nas regiões centrais, com ramificações capilarizada pelas periferias, via políticas públicas.

A cidade da "São Paulo analógica" tinha seus arranjos produtivos cravados nas vilas operárias, nos bairros da Mooca, Brás, Belém e Lapa (importantes áreas de concentração operária do início da década de 1920 até a década de 1980). Esses bairros históricos concentram parte da memória das lutas operárias da região. A cidade de Osasco, na Região Metropolitana, protagonizou, da década de 1960, greves operárias que desafiaram o regime militar (1964-1985).

Na década de 1970, em especial, na década seguinte, a Região do Grande ABCD,[12] área de concentração dos arranjos produtivos da indústria automobilística, assumiu a vanguarda das mobilizações política do operariado da região, de onde despontou a liderança do então líder sindical Luiz Inácio Lula da Silva. As indústrias automobilística e têxtil, e suas extensas cadeias produtivas (indústrias de autopeças e pequenas oficinas de costura), sustentaram essas atividades econômicas até o final da década de 1970, e caracterizava a região como de predominância fabril, industrial.

Com a chegada do século XXI, o eixo da organização produtiva se desloca para áreas em que se concentram atividades enfeixadas pela economia criativa, em que a criatividade é o fator central da produção de renda, emprego e trabalhos criativos. Regiões como a da Avenida Paulista, centro financeiro de São Paulo, Vila Madalena, área de organização de arranjos culturais, e região do Anhembi (polo cultural Grande Otelo, com cerca de 400 mil metros quadrados, dos 700 mil metros quadrados de área disponível na região para grandes eventos, o maior centro de eventos da América Latina) são territórios criativos em que predominam birôs criativos, com manchas, corredores e ilhas digitais, áreas de criação de *design* funcionais e vetores da economia criativa.

Mesmo os antigos bairros operários não resistiram a essas transformações. Na Mooca moderna predominam as áreas da culinária, com diversidade de bares e restaurantes. Os antigos galpões de armazenamento da região da Barra Funda transformaram-se em bases de ações criativas, para artistas plásticos, escultores e produtores de cultura urbana, como o grafite.

A topologia dessas cidades distintas pode ser traçada com base em quatro categorias de análises, que explicam o processo

---

12 Municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Diadema.

dialético de "destruição criativa" e "criação destrutiva": familiaridade técnica, motor único, convergência de momentos e cognoscibilidade do planeta (Santos, 2001b).

Quadro comparativo, com base nas categorias de análise propostas, das cidades "analógica" e "digital".

A cidade analógica é caracterizada pela familiaridade técnica tangível, cujo motor único era o capital industrial, a convergência de momento era local (circunscrita a uma área estreita), e a cognoscibilidade era restrita, e quase limitada ao arranjo de produção (distrito industrial).

A cidade digital tem uma topologia mais extensa, e a aplicação dessas categorias de análises evidenciam esse novo cenário. A familiaridade técnica é digital, imaterial e intangível. Ela se capilariza pela região, pelo sistema de conexão digital. O capital financeiro, até para se legitimar como sistema "produtivo", arrasta uma massa de usuários para o universo digital, pela digitalização das operações bancárias (na área concentrada da região,

o autosserviço digital ramifica-se e se consolida como parte do cotidiano das pessoas, nas áreas bancárias, de transporte, de acesso à rede pública de atenção – marcação de consulta e acesso aos resultados).

A convergência de momentos, antes restrita à territorialidade física, se expande por uma territorialidade digital, via pontos de cultura (Turino, 2010), parte da política pública de acesso digital, ou via *lan house*, parte da política privada de acesso digital. Por essas vias digitais, birôs criativos se conectam, sem o limite das fronteiras físicas e materiais, da antiga territorialidade.

As mobilizações sociais ocorridas em diversas cidades brasileiras nos meses de junho e julho de 2013 mostraram o potencial de produção de conteúdo e informação das redes sociais, quando apropriadas pelos segmentos subalternos, fora do bloco político do poder.[13]

E a cognoscibilidade da realidade, outrora restrita ao arranjo produtivo local e fixo, se estende pelo planeta, e permite "esquadrinhar" todos os processos disponíveis no mundo web, de forma intensiva (vertical) e de forma extensiva (horizontal), com a expansão da "caixa cognitiva" dos seus operadores.

A Região Metropolitana da cidade analógica rabisca suas fronteiras na materialidade territorial física e fixa; a Região Metropolitana da cidade digital virtualiza suas "fronteiras de ocorrência e possibilidades", na imaterialidade territorial digital e móvel.

Entre essas duas realidades há uma zona de transição, onde processos analógicos e digitais, territorialidade material e imaterial, tangibilidade e intangibilidade se encontram e se entrelaçam como em um território contraditório e em transição.

---

13 Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (N.I.N.J.A.). Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/postv_de_pos_jornalistas_para_pos_telespectadores>. Acesso em: 10 jul. 2013.

Porém, para além dessa zona cinzenta despontam os novos arranjos produtivos digitais. Nele, seu núcleo criativo é constituído por escritórios de criação funcional, redações virtuais que produzem conteúdo, agências de produção simbólica e digital, *Hub*[14] (analógicos e digitais) e formas de financiamentos colaborativos. Ao redor desses arranjos, formam-se territórios criativos e digitais (a região do centro velho de São Paulo converteu-se em corredor de aquisição de bens digitais – *hardware* e *software*, em especial os livres) de baixo custo, e territórios criativos (a região do Brás organiza uma semana Fashion Week, capaz de se rivalizar com a semana São Paulo Fashion Week, em fluxo de público). Surgem pelo território criativo cadeias de fornecedores de insumo técnicos, produtos, serviços e processos digitais.

As instituições de ensino e formação se adéquam a essa nova realidade. Instituições públicas e privadas de ensino (em todos os níveis) ampliam o leque de oferta de curso para o universo digital. Multiplicam-se no ensino superior e médio (universidade, faculdades isoladas, escolas técnicas e de tecnologia), cursos de desenvolvimento de rede, de *games*, de desenvolvimento de produtos e serviços digitais, telefonia e mobilidade digital. Essas atividades de formação são, em muitas instituições, as mais concorridas da rede de ensino. Essa busca pela formação não se restringe às instituições de ensino formal. Organizações comunitárias (com ou sem fins lucrativos) se imiscuem nessa forma de educação; organizações de classe e profissionais seguem a tendência (sindicatos, organizações de trabalhadores das áreas afins).

Territórios e birôs criativos – que articulam um cipoal de iniciativas e ações políticas – são conectados pelos caminhos digitais criados pelas políticas públicas. O poder público (mu-

14 Rede de empreendedores independentes com conexões operacionais digitais e analógicas (concepção, criação, produção e distribuição de produtos, serviços e processos).

nicipal, estadual e federal) adotou uma série de medidas que impulsionam as diversas dimensões da economia criativa, como ela é concebida pelo ministério da Cultura e pela secretaria da Economia Criativa.

Nos últimos anos, foram adotadas políticas de estímulo ao acesso digital, via edital, políticas de fomento e políticas de indução e demanda (criação dos pontos de cultura, dos Centros de Ensino Unificados, centros de culturas digitais).

Pela capacidade de alcance e capilaridade das tecnologias digitais, elas se estendem para além das fronteiras centrais. Pelas periferias da região Metropolitana de São Paulo emergem diversos territórios criativos – de cultural analógica e digital, que, com as ferramentas disponíveis, passam a se conectar e avançam para a elaboração de políticas públicas. Esses territórios criativos se desdobram em diversos subterritórios criativos de linguagens artísticas e de movimentos culturais.

A desterritorialização dos arranjos produtivos criativos e digitais permitiu a apropriação de tecnologia avançada pelos segmentos sociais subalternos – segregados. Birôs criativos se apropriam de tecnologias digitais e passam a produzir conteúdos que vão ao encontro dos seus interesses políticos e culturais. Florescem na região birôs que produzem conteúdos para impressão, veiculação eletrônica, veiculação digital, postagens nas redes sociais e intervenções urbanas.

Na Região Metropolitana de São Paulo se destacam formas de arranjos produtivos digitais, que se beneficiaram da capilarização e desterritorialização dos arranjos digitais: arranjos de mídias radicais, arranjos do circuito do samba, arranjos criativos do grafite e da cultura de rua, arranjos dos coletivos culturais, arranjos de produção audiovisual e arranjos de música independente.

Esses arranjos de produção de conteúdo – na maioria das vezes, de produção de conteúdo de oposição ao *status quo* – se

apropriaram e desenvolveram formas sofisticadas de gestão de processos criativos, gestão de formação e desenvolvimento de pessoas e gestão de recursos – analógicos e digitais. A conexão desses "arranjos produtivos radicais" formou uma "esfera pública radical, precária", que em muitos casos modificou o cenário político e cultural da região.

Por fim, observam-se três movimentos simultâneos e conectados que articulam a nova topografia da região metropolitana de São Paulo.

- Consolidação do processo de desterritorialização dos Arranjos Produtivos Culturais;
- Apropriação criativa das cadeias produtivas de cultura pelos segmentos subalternos;
- Conexão dos arranjos produtivos digitais e culturais, com a formação de uma esfera pública precária, alternativa e radical, que se opõe ao *status quo* político e cultural.

Assim, nesse território criativo que se desenvolve na região metropolitana de São Paulo, o processo de desterritorialização dos arranjos produtivos e de suas cadeias criativas capilariza, nas regiões da periferia, tecnologia digital que se convertem, com a apropriação dos segmentos sociais subalternos, em base para a produção cultural de oposição ao *status quo*, e pontos de articulação para a formação de uma "esfera pública radical e divergente" nas regiões concentradas.

Essas produções de conteúdo abrem brechas no bloco monolítico da indústria cultural. Elas tiram dos agentes hegemônicos a prerrogativa da produção de produtos, serviços e processos culturais. Criam novos operadores culturais e novos públicos. Inovam linguagens, processos, recursos, promovem a desterritorialização dos arranjos produtivos locais de cultura e formam uma nova ecologia criativa na cidade de São Paulo, que se estendem para outras regiões concentradas, via conexão digital.

Apêndices

Núcleos de criação e produção em Economia Criativa

Patrimônio Cultural	**Artesanato** **Expressão cultural tradicional** **Festivais e celebrações**
Artes	**Artes Visuais** Pintura Escultura Fotografia **Artes Dramáticas** Música Teatro Dança Ópera Marionete Circo, entre outras formas.
Mídias	**Edição e mídia impressa** Livro Imprensa Outras publicações **Audiovisual** Cinema Difusão Televisão Rádio
Criações Funcionais	***Design*** Moda Interiores **Gráfico** *Design* **Novas Mídias** Conteúdo Digital *Software* Jogos Animação **Serviços Criativos** Arquitetura Propaganda P&D Serviços Culturais

Ranking dos dez principais eventos realizados na cidade – em público

1º	**Virada Cultural**	**4 milhões (2009)**
2º	Parada GLBT	3,5 milhões (2009)
3º	*Réveillon* na Paulista	2,4 milhões
4º	Bienal do Livro	728 mil
5º	Salão do Automóvel	650 mil
6º	Bienal Internacional de Arte de São Paulo	535 mil
7º	Salão Duas Rodas	240 mil
8º	Mostra Internacional de Cinema	200 mil
9º	GP Brasil de Fórmula 1	140 mil
10º	Carnaval (sambódromo)	110 mil

Números informados pelos organizadores dos eventos. (Disponível em: <http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/sao-paulo-em-numeros>. Acesso em: 2 fev. 2013.)

Ranking dos dez principais eventos realizados na cidade – em valores movimentados por turistas

1º	**Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1**	**R$ 230 milhões**
2º	Parada GLBT	R$ 189 milhões
3º	Fórmula Indy	R$ 126 milhões (previsão 2010)
4º	Salão do Automóvel	R$ 125,5 milhões
5º	Bienal de São Paulo (de Artes)	R$ 120 milhões
6º	Francal	R$ 118 milhões
7º	Hospitalar	R$ 98,9 milhões
8º	Bienal do Livro	R$ 91,7 milhões
9º	Virada Cultural	R$ 90 milhões
10º	Couro moda	R$ 78,6 milhões

(Cálculos feitos com base em pesquisas feitas anualmente pela SPTuris durante os eventos. Já as estimativas são feitas com números da pesquisa do ano anterior, com eventual variação de expectativa de público divulgada pela organização do evento). Dados das últimas edições dos eventos. (Disponível em: < http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/sao-paulo-em-numeros>. Acesso em: 2 fev. 2013.)

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

______. *Globalização*: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1999.

CONTIER, A. D. *Imprensa e ideologia em São Paulo – 1822-1842*: matrizes do vocabulário político e social. Petrópolis: Vozes; Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1979.

DOWNING, J. D. H. *Mídia radical* – rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

FERREIRA, M. N. *Alternativas metodológicas para a produção científica*. São Paulo: CELLACC-ECA/USO, 2006.

FONSECA REIS, A. C. (Org.). *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento* – uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2012.

FONSECA REIS, A. C.; URANI, A. Cidades criativas – perspectivas brasileiras. In: FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas:* perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.30-37.

FURTADO, C. *Formação econômica do Brasil*. 22.ed. São Paulo: Editora Nacional, 1987.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOWKINS, J. Ecologias criativas. In: FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas*: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.124-129.

IANNI, O. *A ideia de Brasil moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1992.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). *XII Censo Demográfico*. 2010. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br>. Acesso em: 2 jan. 2010.

KAGEYAMA, P. Cidade criativa. In: FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas:* perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.54-59.

LANDRY, C. Prefácio. In: FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas:* perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.7-15.

LEITÃO, C. A criatividade e diversidade cultural brasileira como recursos para o novo desenvolvimento. In: PLANO DA SECRETARIA da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações. 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

MEDINA, C. (Org.). *Axé*. São Paulo em perfil. v.16. São Paulo: CJE/ECA/USP, 1996.

PLANO DA Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações. 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

REIS, C. F. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento:* uma visão dos países em desenvolvimento. 2008. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2012.

REIS VELLOSO, J. P. dos (Coord.). *O Brasil e a economia criativa*: um novo mundo nos trópicos. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil:* território e sociedade no início século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001a.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização:* do pensamento único à consciência universal. 5.ed. Rio de Janeiro: Record, 2001b.

SANTOS-DUISENBERG, E. dos. A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, F. C. (Org.). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento:* uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008, p.50-73. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf>.

STRICKLAND, B. Cidade criativa. FONSECA REIS, A. C.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). *Cidades criativas:* perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.50-53.

TURINO, C. *Ponto de cultura:* o Brasil de baixo para cima. 2.ed. São Paulo: Anita Garibaldi, 2010.

VASSALLO LOPES, M. I. *Pesquisa em comunicação:* formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990.

XAVIER, J. T. de P. *Marketing de serviços*. Curitiba: IESDE Brasil S. A., 2009.

______; XAVIER, P. A. M. *Ler, interpretar e agir:* um círculo de cultura Fora do Eixo. Bauru: Intercom Sudeste Bauru/Unesp [ISSN 2177 7888], 2013.

Jornalismo e crítica literária em José Castello: análise da coluna do suplemento "Prosa & Verso", de *O Globo*

Mauro Souza Ventura[1]

Introdução: paradigmas em conflito

No Brasil do início da década de 1940, a crítica literária apresentava duas características bastante definidas: ocupava as colunas fixas e rodapés dos jornais e de algumas revistas e era praticada em geral por profissionais liberais, os chamados homens de letras, que, formados muitas vezes no autodidatismo, escreviam em tom de comentário, num gênero bastante próximo ao da crônica.

A crítica literária desse período era obra de indivíduos que encaravam a atividade mais como uma missão do que uma profissão, cujos principais expoentes eram Álvaro Lins, Alceu Amoroso Lima, Sérgio Milliet, Lúcia Miguel Pereira, Sérgio Buarque de Holanda e Otto Maria Carpeaux, além do então novato Antonio Candido, que estreia com *Brigada ligeira*, em 1945.

---

1 Doutor em Teoria Literária pela Universidade de São Paulo (FFLCH/USP), professor do Departamento de Comunicação Social e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: mauroventura@faac.unesp.br.

Ocorre que, neste momento, o campo da crítica no Brasil passa por uma mudança de paradigma, com profundas transformações, seja em seu funcionamento interno, seja nas relações de poder entre os agentes. Os dois aspectos estão ligados ao processo de institucionalização da atividade crítica, que irá deslocar seu eixo de atuação da imprensa para a universidade.

Esse processo ocorreu a partir da criação dos cursos de Letras no país e se intensificou na segunda metade do século XX, com a formação de um grupo de profissionais oriundos do incipiente meio universitário, que passam a ser legitimados enquanto críticos em suas intervenções nos jornais. Deste modo, os críticos legítimos serão aqueles que, possuindo uma base de atuação na universidade, passam a defender uma atitude crítica distinta daquela que era exercida pelos críticos "impressionistas".

A partir do início da década de 1950, Afrânio Coutinho passou a fazer verdadeira campanha em favor da crítica enquanto disciplina científica, amparado na tese de que a verdadeira crítica literária tinha como ponto de apoio a cátedra e não mais o jornalismo. Não esqueçamos que o momento refletia a influência poderosa do *New Criticism*, de quem Coutinho foi o porta-voz no país.

É curioso constatar que a campanha de Coutinho pela renovação da crítica foi feita por meio de artigos publicados na imprensa, o que indica que o veículo de difusão permanecia inalterado: o que mudava eram os agentes. Sussekind descreve com propriedade os protagonistas desta luta travada no campo literário.

> De um lado, os antigos "homens de letras", que se creem a "consciência de todos", defensores do impressionismo, do autodidatismo, da *review* como exibição de estilo, "aventura da personalidade". De outro, uma geração de críticos formados pelas faculdades de Filosofia do Rio de Janeiro e de São Paulo, criadas respectivamente em 1938 e em 1934 e interessados na especializa-

ção, na crítica ao personalismo, na pesquisa acadêmica. (Sussekind, 2002, p.17)

Estamos diante de um embate que coloca em cena dois modelos distintos de atitude crítica, assim como dois critérios de validade para o julgamento da obra literária.

Com efeito, no momento em que um crítico como Otto Maria Carpeaux, por exemplo, inicia sua produção no Brasil (sua primeira coletânea de críticas publicada no Brasil é *A cinza do purgatório*, de 1942), o campo da crítica literária atravessa um período de questionamento com relação à sua própria natureza e função. Uma fase de transição que passa da crítica não especializada, exercida então por profissionais de diversas áreas que escrevem para os jornais, ao surgimento dos primeiros críticos oriundos da universidade e ligados ao ensino de literatura. Mais uma vez recorremos a Sussekind, que descreve com propriedade esta passagem do crítico-cronista ao crítico-*scholar*:

> Há, então, dois modelos bem diversos de críticos em disputa, que se encontram momentaneamente lado a lado nas páginas da imprensa diária. O que se inicia é uma mudança nos critérios de validação daqueles que exercem a crítica literária. A "carteira de habilitação" em meados dos anos 1940 não é mais a mesma das primeiras décadas deste século. E parece prever um tipo de intelectual cuja figura não cabe mais nas funções, até então supervalorizadas, do jornalista, do crítico-cronista. (Sussekind, 2002, p.17-18)

Ora, os novos qualificativos para o exercício da crítica passam, pois, pela órbita da cátedra, ou do ensino de literatura. Se o espaço de publicação permanece o mesmo, ou seja, o jornal e a revista de circulação ampla, o requisito se modifica; o lugar de fala do novo crítico de rodapé será o do professor, e não mais do diletante-cronista-jornalista-homem-de-letras.

Nesse sentido, o antagonismo entre crítica literária e crítica universitária pode ser interpretado à luz da imagem usada por Zygmunt Bauman quando descreve a passagem das "culturas selvagens" para a "cultura jardim". Para ele, ao contrário das culturas "selvagens", que se reproduzem sem cuidado ou vigilância, as culturas "jardins" sustentam-se "com a presença de pessoal letrado e especializado" (Bauman, 2010, p.78).

> A passagem de uma cultura selvagem para outra de tipo jardim não é apenas uma operação realizada num pedaço de terra; também é, e talvez de maneira mais seminal, o surgimento de um novo papel, orientado para fins antes desconhecidos, exigindo capacidades antes inexistentes: o papel do jardineiro. Este assume o lugar do guarda-caça. (Bauman, 2010, p.78)

Ainda que se refira a um processo de longa duração, como o surgimento da modernidade, o processo de transformação de culturas selvagens em culturas jardim, descrito por Bauman, parece-nos pertinente para pensar a mudança de paradigma vivenciada pela crítica brasileira no decorrer da segunda metade do século XX. O antigo "homem de letras" seria, assim, um guarda-caças, que passa a ser substituído pelo jardineiro, ou seja, pelo crítico com formação acadêmica cujo papel é impedir que as ervas daninhas, plantas não convidadas no jardim, geralmente autodidatas e diletantes, se desenvolvam num território agora mapeado e controlado.

Crítica literária e competência científica

A mudança de paradigma na crítica, que procuramos descrever de forma sintética nos parágrafos acima, trouxe consequências graves para o campo literário, aqui compreendido a partir

das relações que estabelece com o campo do jornalismo. Ao fazer um diagnóstico da situação da crítica no jornal, Silviano Santiago afirma que tanto o gênero ensaio quanto a crítica literária encontram-se num "beco sem saída". Escreve Santiago: "aquele fenece por excesso de pedantismo e de notas de pé de página; esta, deixou de ser um exercício criterioso da razão e da sensibilidade, imersa que está em indagações de caráter teórico-metodológico, especializadíssimas" (Santiago, 2004, p.157-158).

Pertencente à linhagem de críticos que se formaram no interior da universidade, ou seja, ele próprio é um especialista, mas, ao mesmo tempo, adepto de uma prática crítica que não deixa de se comunicar com o grande público, Silviano Santiago questiona se ainda será possível a existência de uma crítica e de uma ensaística literárias que ocupem os espaços da grande imprensa e que estejam sob a responsabilidade de acadêmicos. Preocupa-o a necessidade de se "neutralizar o peso esmagador do mercado nos julgamentos de valor" (Santiago, 2004, p.158).

A preocupação do autor de *O cosmopolitismo do pobre* reflete a face talvez mais visível do problema, que é, para falar nos termos de Bourdieu, da ordem da economia dos bens simbólicos. Em outro trabalho, procurei estudar as implicações de tais fatores no exercício da crítica, dos quais destaco dois aspectos: a condição de submissão das instâncias de difusão às contingências de mercado e a posição de inferioridade das demandas em relação à oferta de bens simbólicos (Ventura, 2009). Consideramos esses dois aspectos cruciais para estabelecer uma posição crítica em relação aos critérios de noticiabilidade praticados pelo jornalismo cultural na atualidade e, neste contexto, para compreender o exercício da crítica feita por um autor como José Castello, objeto de estudo deste artigo.

Se como assinala Traquina (2005, p.63), os chamados valores-notícia são fatores centrais da cultura jornalística, pois são eles que determinam "se um acontecimento ou assunto é susce-

tível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia", então caberá investigar aquilo que chamaremos provisoriamente de critérios de criticabilidade e a relação desses critérios com a noticiabilidade.

Tão importante ou mais do que saber quem são os críticos em atividade é identificar os autores (produtores) criticáveis. As lutas entre os agentes num determinado campo ocorrem tanto em função do controle dos conceitos e das abordagens, quanto em relação à escolha de determinado objeto de estudo em detrimento de outro. Quem estuda o quê? Quem critica quem?, são as perguntas que precisam ser feitas. É neste contexto que consideramos pertinente e necessário o estudo da crítica no âmbito da comunicação midiática ou, no caso, do jornalismo.

Assim, será preciso investigar a relação entre criticabilidade e valores-notícia, ou critérios de seleção, daquilo que é legítimo e não legítimo de ser transformado em notícia, comentário ou análise. Correlato a esta questão está o conceito de cordialidade, tão crucial para se compreender as relações entre os atores sociais no contexto da cultura brasileira, e de saber de que modo esse fator – a relação de interdependência – está presente no campo da crítica, seja ela literária, jornalística ou acadêmica.

Ao mesmo tempo, é preciso destacar um outro aspecto da mesma questão, desta vez ligada ao controle institucional da instância da crítica e as implicações deste controle sobre a linguagem da mesma. Como afirma Frank Kermode, dirigir-se de maneira sensível a todas as camadas do público continua sendo a principal característica do crítico profissional. Escreve ele: "Falar de maneira sensível para todas essas plateias continua sendo, acho eu, a obrigação normal do crítico profissional" (Kermode, 1993, p.16).

Entre os efeitos do controle institucional da crítica, Kermode identifica um florescimento de teorias e de metodologias,

ao mesmo tempo que observa uma indiferença e até mesmo uma hostilidade em relação à literatura da parte desses agentes. "Toda essa grande florescência de teoria literária parece acarretar necessariamente uma indiferença e mesmo uma hostilidade em relação à 'literatura'" (Kermode, 1993, p.17). Em outras palavras, a teoria toma o lugar da literatura não só no ensino, mas também no exercício da crítica, e muitos consideram "mais interessante e de certo modo mais fácil estudar a filosofia e os métodos da crítica do que estudar literatura" (Kermode, 1993, p.20).

Assim como os físicos teóricos, os especialistas em literatura eximem-se cada vez mais, e por necessidades profissionais, diga-se, de se dirigir ao público comum. O resultado, escreve Kermode, é que "cada vez mais aparecem livros classificados como sendo de crítica literária, que poucas pessoas interessadas em literatura, mesmo os profissionais, podem ler" (Kermode, 1993, p.20).

É nesse contexto que deve ser pensado o êxito da campanha de Afrânio Coutinho em favor dos críticos acadêmicos e pelos métodos do *New Criticism.* A esse fenômeno estão ligadas também as novas demandas institucionais para a educação em geral e os processos de legitimação de obras, autores e métodos daí decorrentes.

Nesse sentido, há homologia entre os posicionamentos metodológicos e teóricos e as posições ocupadas pelos agentes no interior do campo. A influência do *New Criticism* no Brasil correspondeu, em larga medida, a um deslocamento de posições no campo literário, que, por sua vez, corresponde a uma crescente autonomia do campo universitário no século XX. Ao examinar o caso dos professores de literatura francesa na França, Bourdieu observa a ocorrência de um afastamento progressivo das "tradições mundanas da crítica", na razão direta do acúmulo teórico-metodológico por parte de tais críticos (Bourdieu, 2011, p.65).

No contexto brasileiro, verifica-se a mesma demanda, ou seja, ocorre um reposicionamento metodológico e estilístico que corresponde às novas "posições no campo universitário" (Bourdieu, 2011, p.54) em relação ao campo do jornalismo, até então detentor exclusivo da legitimidade crítica. Como explica Vagner Camilo, a perspectiva de Coutinho pretendia ser "uma forma de combate à conduta antiprofissional e imoral de nossa elite literária, que monopolizava os periódicos e rodapés literários" (Camilo, 2008, p.120-121).

A questão que subjaz a este problema diz respeito à linguagem usada no trabalho do crítico, ou seja, sobre a boa e a má escrita. Também nesse aspecto o que está em jogo é um conflito entre faculdades distintas, em que a competência científica passa a ser um requisito para a competência crítica.

E quais são as condições para que uma determinada representação científica possa ser socialmente reconhecida? Em outras palavras, quais são os fatores capazes de gerar aquilo que Bourdieu denomina de "efeito de ciência"?

> Todo discurso com pretensão científica sobre o mundo social deve contar com o estado das representações que concernem à cientificidade e das normas que ele deve praticamente respeitar para reproduzir o *efeito de ciência* e alcançar assim a eficácia simbólica e os benefícios sociais associados à conformidade às formas externas da ciência. (Bourdieu, 2011, p.54)

A julgar pela passagem anterior, o discurso da ciência pode estar em conformidade apenas aparente com as normas garantidoras do estatuto de cientificidade. E ao associar o rigor e a profundidade a um estilo que recusa toda facilidade e toda preocupação com a boa linguagem (Bourdieu, 2011, p.54), as ciências sociais e humanas garantem os sinais de cientificidade de modo similar às ciências da natureza e/ou experimentais (leiam-se

tabelas, tom relatorial do texto, descrição de casos estudados em laboratório etc.).

Sobre os riscos do uso do jargão especializado, que frequentemente aliena fatias consideráveis de público, Edward Said observa que, para as humanidades, dentro e fora da universidade, os riscos são óbvios: "eles simplesmente substituem um idioma pré-fabricado por outro" (Said, 2007, p.97). Em vez disso, pergunta Said, por que não tornar "os questionamentos e as desmistificações tão transparentes e tão eficientes quanto possível?" (Said, 2007, p.97). Escreve o crítico: "A especialização como um instrumento de distanciamento saiu de controle, principalmente em algumas formas acadêmicas de expressão, na medida em que se tornaram antidemocráticas e até anti-intelectuais" (Said, 2007, p.97).

Os argumentos de Said reverberam na crítica feita pelo escritor peruano Mario Vargas Llosa aos rumos tomados pela especialização. Mesmo reconhecendo os avanços inevitáveis trazidos pelo conhecimento especializado (como a experimentação e o avanço da ciência e da técnica), Vargas Llosa não deixa de destacar um efeito negativo desta situação, que é a "eliminação daqueles denominadores comuns da cultura graças aos quais os homens e as mulheres podem coexistir, comunicar-se e sentir-se de algum modo solidários" (Vargas Llosa, 2009, p.21).

Para o escritor, a especialização tem provocado uma situação preocupante de incomunicabilidade e de fragmentação do saber, a tal ponto que as comunidades fecham-se cada vez mais em seu esoterismo de linguagem e de códigos, gerando "guetos culturais de técnicos e especialistas", que produzem saberes sempre parciais e setorizados. A consequência mais visível deste "estado da arte" em que se encontra o conhecimento especializado reside no abismo cada vez maior entre este conhecimento e uma visão totalizadora dos fenômenos. Escreve ele:

> A ciência e a técnica não podem mais cumprir aquela função cultural integradora em nosso tempo, precisamente pela infinita riqueza de conhecimentos e da rapidez de sua evolução que levou à especialização e ao uso de vocabulários herméticos. (Vargas Llosa, 2009, p.21)

Nem mesmo as humanidades, que, por sua natureza argumentativo-discursiva, sempre se preocuparam com o "como dizer", ou seja, com o trabalho do texto, conseguiram permanecer ilesas a esta fragmentação e ao tecnicismo que são as marcas da pesquisa na atualidade. Diz o escritor que:

> Nem mesmo os outros ramos das disciplinas humanistas – como a filosofia, a psicologia, a história ou as artes – puderam preservar essa visão integradora e um discurso acessível ao profano, porque, por trás da pressão irresistível da cancerosa divisão e fragmentação do conhecimento, acabaram por sucumbir também às imposições da especialização, por isolar-se em territórios cada vez mais segmentados e técnicos, cujas ideias e linguagens estão fora do alcance da mulher e do homem comuns. (Vargas Llosa, 2009, p.22)

A questão que subjaz ao argumento de Vargas Llosa diz respeito aos riscos do jargão especializado para as humanidades, fato que tem motivado intensos debates não só entre os chamados intelectuais públicos – grupo ao qual poderíamos incluir tanto o escritor peruano, quanto o crítico Edward Said –, mas também entre os próprios especialistas.

Análise das colunas de José Castello no "Prosa & Verso"

Talvez seja pelos argumentos acima expostos que a explicação do texto literário e a análise científica das obras artísticas têm

sido, cada vez mais, encaradas com suspeita e desqualificadas como atividade secundária. Os motivos de tais reações – que envolvem também a figura do crítico – estão ligados à reivindicação da autonomia da literatura, como se esta somente comportasse explicações literárias. Outra razão repousa na ideia de transcendência da obra, de algo que não pode ser compreendido ou decifrado pelo conhecimento racional.

Esses motivos já inspiraram inúmeros libelos contra a análise "científica" da arte, como o conhecido livro de Marcel Proust, *Contra Saint-Beuve*, escrito contra o método de um dos grandes nomes da crítica francesa. Mas estão também na base das críticas publicadas por José Castelo em sua coluna semanal do caderno "Prosa & Verso".[2]

Castello é um dos principais representantes da crítica jornalística na atualidade, e suas colunas carregam os traços típicos desta linhagem crítica, como a linguagem que instaura um clima de conversa com o leitor, a mistura de digressões e lembranças no texto, ao invés de certezas e demonstrações teóricas. Tais elementos parecem fazer o texto deslocar-se para uma conversa fiada, mas, quando menos esperamos, nos conduzem a uma chave de leitura da obra em questão. Nesse ponto, o leitor já está definitivamente convencido de seus argumentos. As colunas de Castello no caderno "Prosa & Verso" são construídas para manter uma relação bastante evidente com o leitor e esta função instrumental insere sua crítica no âmbito do jornalístico. É, portanto, de crítica jornalística que estamos falando.

---

2 O *corpus* da pesquisa é constituído pelos artigos de José Castello publicados em sua coluna semanal do suplemento "Prosa & Verso", do jornal *O Globo*, do Rio de Janeiro, no período de 2011 a 2013, que corresponde ao triênio de realização desta pesquisa. Neste artigo, apresentamos os resultados correspondentes à primeira etapa, já concluída, da pesquisa, que corresponde às colunas de 2011.

Além disso, há marcas textuais que podem muito bem ser caracterizadas como as de um cronista, de um autor que se permite escrever em primeira pessoa, como na crítica em que procura uma definição para seu ofício: "Sou um leitor sentimental. Quando leio, guio-me por sentimentos vagos, que me ficaram de leituras antigas e de impressões resistentes, e que, de alguma maneira, formam o leitor que sou" (Castello, 16/10/2010). Ou em outro trecho, na abertura de uma coluna: "Leio – tento ler, no meu jeito torto e precário de leitor solitário" (Castello, 7/5/2011, p.4).

Para esta pesquisa, as críticas de José Castello foram, inicialmente, classificadas em função de determinadas recorrências e características, tais como: concentrações temáticas, posicionamentos assumidos diante das obras, escolhas de objetos críticos, critérios de julgamento, além de outros traços observados na documentação coletada. A análise do *corpus* foi precedida de um tratamento estatístico do material, a fim de identificar as recorrências e as constantes temáticas presentes em suas colunas.

Após essa etapa preliminar, efetuou-se a análise interpretativa, ou conteudística, dos dados classificados na fase anterior. Os textos críticos de José Castello, tomados aqui como dados empíricos, foram objeto de explicação e interpretação a partir dos operadores conceituais oriundos do quadro teórico de referência.

Assim, em 2011, José Castello publicou um total de 49 textos em sua coluna de crítica no suplemento "Prosa & Verso". Desse total, 29 têm como tema obras de *literatura*; 13 abordam obras de *não ficção* e um aborda obra classificada como *gênero não definido*; seis colunas não foram, até o presente momento, localizadas e, portanto, não estão incluídas nesse levantamento. Assim, o universo da pesquisa em 2011 contempla um total de 43 colunas de José Castello.

Das 29 colunas com temática de *literatura*, 18 referem-se ao gênero *romance*, nove abordam obras de *poesia*, duas têm como

tema livros de *contos*, sendo que uma dessas colunas aborda, comparativamente, *romance* e *conto*. Ainda nessas 29 colunas dedicadas a obras de literatura, constatamos que vinte referem-se a *autores nacionais*; oito a *autores estrangeiros* e uma coluna aborda uma autor nacional e uma estrangeiro, ao mesmo tempo. Entre as 13 colunas dedicadas a obras de *não ficção*, nove são de *ensaio*, duas de *crônica*, uma de *ciência* e uma de *filosofia*. Ainda entre as colunas de *não ficção*, dez tratam de autores estrangeiros e apenas três de autores nacionais.

Esse levantamento estatístico permite visualizar, em primeiro lugar, alguns aspectos daquilo que chamaremos de "agendamento crítico". Além disso, possibilita a identificação dos pressupostos conceituais e programáticos presentes nas colunas de José Castello. O primeiro desses pressupostos surge a partir do seu conceito de leitura, como revela a coluna "O espírito da letra":

> O problema é que toda leitura – mesmo a mais atenta e sábia – é, sempre, uma desfiguração. Toda leitura é deformada. Para meu incômodo, voltam-me as palavras de Augusto Roa Bastos: "os livros não existem". Na cabeça de cada leitor, um livro é sempre outro livro. O problema não está na constatação de que a letra é um abismo sobrevoado por muitos espíritos. Está em esconder isso e supor que a leitura, ao contrário, é uma pedra. Leninistas e trotskistas ainda hoje discutem a maneira "correta" de ler Karl Marx. Freudianos e lacanianos disputam a posse da "verdadeira leitura" de Sigmund Freud. Um veio fundamentalista atravessa essas divergências. Contra os adeptos da leitura dura e encrespada, em que a letra se faz grilhão, prefiro o sentido que lhe empresta a literatura, em que as palavras traçam estradas sinuosas em que nos perdemos. (Castello, 16/4/2011, p.4)

O trecho é significativo pois identifica os filtros ou os anteparos utilizados pelo leitor José Castello diante da análise de uma

obra. Ao reivindicar para a leitura o estatuto de uma desfiguração ou deformação, Castello desloca o exercício analítico para o inefável, para algo que jamais poderá ser explicado. "O leitor é ele também um ficcionista. Entre um livro e quem o escreve abem-se muitas fendas", assevera em outro artigo (Castello, 1/1/2011, p.4).

Em outros dois artigos, Castello confronta os métodos da literatura e da ciência para reafirmar seus postulados críticos, em que ler é "ler de lado":

> Ler um poema é deslocar-se diante do poema. Não é ler de frente, é ler de lado. Não é decifrá-lo – olhar reto do cientista – mas vigiá-lo – olhar transverso do poeta. Interrogar novas posições, duvidar das conhecidas, desconfiar dos sentidos imediatos. (Castello, 12/3/2011 p.4)

Em outro artigo, a literatura surge como uma máquina de interrogações, ao passo que as provas fornecidas pela ciência são apenas "uma questão de poder, e não de verdade":

> A literatura não é uma fantasia ingênua, um divertimento sem consequências. Ao contrário, ela é uma máquina de interrogar as coisas. Com suas bordas frouxas, seu olhar "de banda", e sua inconstância, só a literatura pode desmascarar as ilusões da verdade. [...] A rigor, os instrumentos científicos não fornecem respostas ao desconhecido. O que fazem? Enquadram o desconhecido no conhecido e, assim, acreditam dominá-lo. (Castello, 5/2/2011, p.4)

Consciente das insuficiências de todo método científico diante de seu objeto, Castello reafirma constantemente a autonomia do literário na arte da interpretação, vista aqui como pertencente à esfera do inexplicável, daquilo que escapa ao conhecimento. "Quando chega ao leitor, a mensagem também continua inde-

cifrável; por mais que tente, ele não consegue abri-la. Tudo o que lhe resta são as palavras. Ler um poema é tentar rasgar um envelope inviolável" (Castello, 22/1/2011, p.4).

Contra o método: algumas conclusões

Mas será, portanto, inevitável que a análise científica da literatura esteja condenada a destruir a especificidade do elemento literário e a afastar os leitores do prazer da leitura? Por que tantos críticos e escritores, a exemplo de José Castello, fazem questão de proclamar a irredutibilidade da criação, esquecendo-se de que a arte também é uma forma de conhecimento?

Entre os argumentos em favor da análise crítica está o de Pierre Bourdieu, para quem tamanha resistência à análise, tanto por parte dos criadores quanto daqueles que pretendem se identificar com eles em prol de uma leitura "criativa" e não racional, na verdade omite o desejo de ver seu gênio decifrado, e isso seria uma agressão ao narcisismo do criador. Escreve Bourdieu:

> O amor pela arte, como o amor, mesmo e sobretudo o mais louco, sente-se baseado em seu objeto. É para se convencer de ter razão (ou razões) para amar que recorre com tanta frequência ao comentário, essa espécie de discurso apologético que o crente dirige a si próprio e que, se tem pelo menos o efeito de redobrar sua crença, pode também despertar e chamar os outros à crença. É por isso que a análise científica, quando é capaz de trazer à luz o que torna a obra de arte necessária, ou seja, a fórmula formadora, o princípio gerador, a razão de ser, fornece à experiência artística, e ao prazer que a acompanha, sua melhor justificação, seu mais rico alimento. (Bourdieu, 2010, p.15)

Destaco da passagem acima dois elementos: o comentário como prova de apego (afetivo) do crítico ao seu objeto e a capa-

cidade da análise científica para "trazer à luz" a razão de ser da experiência artística. A filiação de Bourdieu à tradição kantiana é evidente, como o demonstra a metáfora do "trazer à luz" como traço da razão crítica. Nesse sentido, a análise das colunas de José Castello permite que o situemos no extremo oposto da tradição kantiana. Para Bourdieu, ele seria um "defensor do incognoscível", pois seu propósito não seria outro senão "erguer as muralhas inacessíveis da liberdade humana contra as usurpações da ciência" (Bourdieu, 2010, p.13). Leia-se, a esse respeito, sua posição sobre a teoria literária:

> Vista de longe, a teoria literária muitas vezes se assemelha a uma construção abstrata e enigmática que, em vez de aproximar-se, se afasta em velocidade de seu objeto. Isso em parte é verdade, e é justamente esse intervalo de suspeita que lhe assegura sua idoneidade e força críticas. Abstrações, conceitos, sistemas teóricos podem funcionar, contudo, como armaduras com que pensadores se defendem de poemas e ficções. (Castello, 30/4/2011, p.4)

A passagem é reveladora dos princípios que norteiam a atividade crítica de Castello, assim como sua posição em relação aos juízos críticos. Os sistemas teóricos são armaduras, mecanismos de defesa, e a crítica somente adquire idoneidade se admitir que está situada num intervalo de suspeita. Há nessa passagem uma evidente relativização da força da atividade crítica no processo de interpretação de uma obra. Mais adiante, ele completa: "não só a crítica tem muito a dizer a respeito da ficção; a ficção também tem muito a dizer a respeito da crítica" (Castelo, 30/4/2011, p.4). Assim, crítica e arte situam-se no mesmo patamar; sua existência está sustentada por uma fragilidade de origem.

Demarcado, portanto, o posicionamento de José Castello em relação à instância da crítica, cabe, por fim, delimitar seu lugar de fala: para ele, o crítico precisa ser um leitor comum, sem armaduras, sem anteparos.

> O leitor comum lê mais por prazer do que por conhecimento. Guia-o o instinto de criar para si mesmo alguma forma íntima de plenitude – o desejo de encontrar o objeto que lhe falta. [...] Como se pauta pelo prazer, e não pelo protocolo, o leitor comum lê mais desarmado, e por isso o texto algumas vezes lhe rasga a alma e o derruba. (Castello, 25/1/2011)

Esse lugar de fala bem definido marca a distância de José Castello em relação à crítica acadêmica, situando sua coluna no âmbito da crítica de linhagem jornalística, pois interessa-lhe sobretudo a comunicação com o leitor, que é, por sua vez, a marca que caracteriza os mediadores. Ao mesmo tempo, o compromisso de Castello com esse leitor o mantém distante do jargão especializado, que, como afirma Said, costuma deixar de fora camadas consideráveis de público, e cujos riscos, no âmbito das humanidades e de uma cultura generalista, dentro e fora da universidade, são hoje evidentes.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. *Legisladores e intérpretes:* sobre modernidade, pós-modernidade e intelectuais. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BOURDIEU, P. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

______. *Homo academicus*. Florianópolis: Ufsc, 2011.

______. *A produção da crença:* contribuição para uma economia de bens simbólicos. São Paulo: Zouk, 2004.

CAMILO, V. O aerólito e o zelo dos neófitos: Sérgio Buarque, crítico de poesia. *Revista USP*. São Paulo, n.80, dez.-fev. 2008-2009.

CASTELLO, J. Ibn Sina, o teimoso. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 7/5/2011, p.4.

______. O espírito da letra. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 16/4/2011, p.4.

CASTELLO, J. Hilda presa a seu fio. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 1/1/2011, p.4.

______. Agarrado a um poema. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 12/3/2011, p.4.

______. Literatura e ciência. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 5/2/2011, p.4.

______. O poeta do nada. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 22/1/2011, p.4.

______. Evando existe. Caderno Prosa & Verso, *O Globo*, 30/4/2011, p.4.

______. Um leitor comum. A literatura na poltrona. *O Globo*, 25/1/2011. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/literatura/posts>.

______. A literatura na poltrona. *O Globo*, 16/10/2010. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/literatura/posts>.

KERMODE, F. *Um apetite pela poesia*: ensaios de interpretação literária. São Paulo: Edusp, 1993.

SAID, E. *Humanismo e crítica democrática*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SANTIAGO, S. *O cosmopolitismo de pobre*: crítica literária e crítica cultural. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

______. Crítica literária e jornal na pós-modernidade. *Revista de Estudos de Literatura*, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.11-17, 1993.

SÜSSEKIND, F. *Papéis colados*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2002. 2. ed.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo* v.II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

VARGAS LLOSA, M. É possível pensar o mundo moderno sem o romance? Trad. de Denise Bottman. In: MORETTI, F. (Org). *O romance*. v.1: A cultura do romance. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

VENTURA, M. S. Posicionamento e lugar dos agentes na crítica cultural. Um estudo sobre a relação entre valores-notícia e hierarquia das legitimidades. *Rumores*, v.6, n.2. São Paulo, ECA/USP, set.-dez. 2009. Disponível em: <http://www3.usp.br/rumores>.

______. O lugar de Otto Maria Carpeaux no campo da crítica. In: LOSNAK, C. J; VICENTE, M. M. (Orgs.). *Imprensa e sociedade brasileira*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p.131-140.

______. Criticabilidade e processos de legitimação no jornalismo cultural. In: ______. *Processos midiáticos e produção de sentido*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. p.141-155.

Protagonismo e liderança por meio de redes de aprendizagem com uso de mídia digital em escolas públicas brasileiras

Francisco Rolfsen Belda[1]
Muna Muhammad Odeh[2]

Introdução

Programas que utilizam atividades de comunicação social com vistas à capacitação para o exercício da liderança têm sido implementados, há décadas, na esfera das empresas privadas, mas também vêm ganhando espaço cada vez maior em programas de educação não formal e informal no âmbito do terceiro setor e em ambientes escolares e universitários de aprendizagem.

No Brasil, também ganham espaço programas de desenvolvimento da aprendizagem por meio de redes colaborativas que renovam, continuamente, a configuração dos processos de conhecimento e a própria compreensão sobre o papel das escolas enquanto organizações sociais e a maneira como elas orientam e, ao mesmo tempo, são influenciadas por esses processos.

1 Docente do Departamento de Comunicação Social, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Unesp, câmpus de Bauru. E-mail: belda@faac.unesp.br.

2 Docente do Departamento de Saúde Coletiva, da Faculdade de Ciências de Saúde da Universidade de Brasília (UnB). E-mail: modeh@unb.br

Nesse contexto, o exercício da liderança pode ser entendido um componente-chave para o desenvolvimento dessas redes de aprendizagem e um catalisador para o surgimento de novas dinâmicas de aprendizagem que podem melhorar a capacidade dos grupos e dos indivíduos para transformar suas comunidades por meio de sua participação coletiva e representativa.

Experiências que conduzimos a esse respeito envolvendo estudantes e professores de ensino básico e a comunidade universitária apontam que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) constituem uma ferramenta essencial para potencializar essas transformações sociais, favorecendo a troca de conhecimentos e a interação simbólica entre esses diferentes grupos.

Nesse contexto, a promoção e a difusão colaborativa de diálogos entre estudantes e profissionais de diferentes áreas fora do universo escolar também mostrou um efeito significativo na melhoria dos processos de aprendizagem, inspirando uma participação mais ativa dos colegas em questões propostas para debates e na contextualização dos resultados obtidos com a educação formal.

Esse texto procura abordar o assunto a partir de suas dimensões sociais e comunicacionais, com o intuito de discutir questões relacionadas ao papel dessas redes de aprendizagem na capacitação de lideranças em comunidades de estudantes, visando o seu empoderamento sobre tecnologias de informação e comunicação e o desenvolvimento de novas formas de expressão no ambiente escolar.

A discussão é baseada em duas experiências conduzidas pelos autores por meio do Instituto de Estudos Avançados (IEA), da Universidade de São Paulo (USP), em seu polo na cidade de São Carlos (SP), em conjunto com as comunidades de duas escolas públicas estaduais nesse município, projeto que vem contando com apoio de órgãos governamentais e agências de fomento desde 2007.

Para isso, foi organizado um roteiro de trabalho que combinou atividades virtuais e presenciais no âmbito de uma rede colaborativa voltada ao desenvolvimento de novas formas de aprendizagem. O elemento comum entre esses dois tipos de atividades foi justamente o uso da dinâmica de rede para a promoção de conexões entre as pessoas e seus saberes para além dos limites do currículo formal.

Nosso objetivo com esse trabalho é discutir como a capacitação para o exercício da liderança pode se beneficiar dessas dinâmicas colaborativas que combinam práticas de aprendizagem formal e informal, promovendo debates, entrevistas, palestras interativas, difusão de informação, intercâmbio de conhecimento, produção de conteúdo multimídia e atividades baseadas em projetos.

Um objetivo principal, nesse sentido, é entender como esses recursos podem impactar o processo de ensino/aprendizagem em escolas públicas no contexto brasileiro, contribuindo para a compreensão de como o conhecimento é colaborativamente construído nessas organizações, considerando, de modo mais específico, os modos como a produção e a difusão de narrativas, em canais presenciais e virtuais, podem influenciar a percepção dos estudantes sobre seu protagonismo e liderança no processo educacional.

Os resultados dessa experiência indicam que esse tipo de rede de aprendizagem pode influenciar os processos escolares de várias formas, combinando trajetos de aprendizagem formal e informal, reforçando vínculos de participação entre os alunos e promovendo seu envolvimento direto e dinâmico nas atividades colaborativas.

Percebe-se, também, que o papel dos alunos e seu nível de atividade tendem a variar conforme aspectos relacionados com o tipo de conteúdo educacional que é produzido e consumido no âmbito da rede, o método utilizado para sua produção e difusão,

bem como as plataformas adotadas para suportar as comunicações que permeiam as trocas de conhecimento ao longo do processo.

Liderança e desenvolvimento de capacidades

O conhecimento cristalizado em torno de teorias que tratam do desenvolvimento de lideranças e suas aplicações tem sido baseado, principalmente, na experiência de organizações corporativas do mundo ocidental, situação que provoca discussões sobre sua efetiva aplicabilidade em outros contextos sociais e em diferentes setores de atuação, o que inclui o âmbito das organizações escolares e educacionais.

Teorias tradicionais de liderança são, geralmente, focadas em características que se pode atribuir à figura do líder, tais como seu comportamento, sua capacidade de adaptar-se a diferentes situações (teoria situacional ou de contingência) e seu papel como catalisador ou agente de mudança, ou seja, um atributo de liderança transformacional (Doyle; Smith, 2001).

Essas teorias têm sido interpretadas como sendo centradas no indivíduo, enquanto modelos teóricos e conceituais emergentes procuram caracterizar o fenômeno da liderança como um processo relacional, mais fortemente moldado por fatores como o ambiente e a relação interpessoal mantida entre líderes e seguidores, enfatizando a centralidade assumida pelo grupo e sua capacidade de promover inclusão (Nemerowicz; Rosi, 1997).

O debate sobre se os indivíduos são líderes inatos ou podem adquirir a capacidade de serem líderes também tem estimulado esforços para o desenvolvimento de métodos de aprendizagem que se utilizam dessa relação. O desenvolvimento da capacidade de liderança baseia-se, nesse sentido, na construção e na retenção de dois tipos de habilidades, que podem ser classifi-

cadas como *hard* ou *soft*. O primeiro grupo engloba habilidades tipicamente gerenciais, incluindo as de comunicação e gerenciamento de projetos. As habilidades *soft* referem-se à capacidade de adaptar-se perante mudanças de atitude e de comportamento e incluem aspectos mais sutis, como a autoconsciência e a ética nas relações.

Programas que se voltam à capacitação para o exercício da liderança geralmente adotam uma abordagem mista dessas habilidades *hard* e *soft*, visando seu desenvolvimento em três diferentes níveis: individual, organizacional e social. Nesse sentido, a liderança pode ser vista como um "conceito orientado para a ação", que "engloba os atributos pessoais ou de grupo, as disposições estruturais organizacionais, cargos, funções, responsabilidades, conhecimentos, habilidades, ações e atitudes" (Nações Unidas, 2003, p.8).

Numa perspectiva ampla, alinhada ao que se chama de liderança informal, o exercício prático dessa condição permeia os mais diversos aspectos da vida cotidiana, incluindo as relações espontâneas mantidas na família, entre amigos, colegas e outros segmentos sociais dentre os quais somos continuamente envolvidos em ações e decisões afetadas pela dinâmica das relações de liderança dentro dos grupos e em sua relação com outros grupos.

Por vezes, os papéis de líder ou de seguidor são fáceis de se discernir. Com frequência, porém, essa imagem pode parecer desfocada, e as fronteiras entre esses dois papéis se cruzam, permeando-se mutuamente, situação que constitui um indicativo do caráter dinâmico e complexo dos atributos de liderança, cujas funções e responsabilidades podem alternar-se em uma teia de relações que se remodelam continuamente em função de uma série de interações, influenciadas não apenas pela relação direta mantida entre líder/seguidor, mas também pelo ambiente em que ela é exercida (Ospina; Schall, 2011).

Para ser eficaz, o desenvolvimento da liderança deve constituir-se como uma experiência de aprendizagem incremental que combina aquisição de conhecimento e habilidades com sua implementação em atividades práticas, mesclando, assim, componentes teóricos e experimentais. A ideia de "aprender fazendo" enfatiza essa dimensão, ao mesmo tempo que oferece a oportunidade de se refletir sobre a aplicação dos conhecimentos adquiridos em situações concretas.

Dessa forma, como prática essencialmente social e que reflete a interação entre líder, seguidor e ambiente, esse desenvolvimento deve ser orientado de modo a reforçar a cultura de liderança como uma ação inclusiva, participativa e capacitadora. Em nível societal, isso pode refletir-se, por exemplo, como uma forma de "cidadania ativa", isto é, a capacidade de indivíduos e grupos se envolverem, participarem e influenciarem nos processos de decisão (Ospina; Schall, 2001).

Nesse sentido, o desenvolvimento de lideranças por meio da introdução de noções e práticas de boa governança e intercâmbio de conhecimentos entre indivíduos numa faixa etária mais precoce, como a do público de ensino médio, dentro do sistema escolar brasileiro, pode constituir uma estratégia eficaz para a consolidação de uma sociedade civil ativa e funcional (Preece; Mosweunyane, 2004).

Tal processo exige que os grupos envolvidos se unam em torno de um valor compartilhado ou comum. E um dos papéis do líder é o de imaginar, articular e conduzir essa visão, motivando e elevando a própria identidade do grupo ao longo desse processo.

Mas se, por um lado, programas de treinamento podem equipar os alunos com algumas dessas habilidades, é possível constatar também a ocorrência espontânea de "formas não convencionais de liderança", em que pessoas "comuns" se engajam junto a suas comunidades em iniciativas bem-sucedidas de li-

derança com base na experimentação, experiência e sabedoria do grupo, fazendo que a cidadania ativa e a participação cívica constituam instrumentos de promoção de atitudes de responsabilidade coletiva.

Iniciativas de relacionamento entre universidade e escolas públicas

Essas reflexões que associam a capacitação para liderança a processos informais de aprendizagem no contexto escolar emergiram no contexto de iniciativas de pesquisa e extensão mantidas pelos autores e suas equipes de colaboradores no Instituto de Estudos Avançados (IEA) da Universidade de São Paulo (USP), por meio de seu polo instalado no município de São Carlos.

Desde o ano de 2000, essa unidade da USP mantém esforços para apoiar o ensino de Ciências e de Língua Portuguesa em escolas públicas locais, ligadas à rede estadual de ensino de São Carlos, município com 221 mil habitantes, segundo dados do IBGE de 2010, localizado na região central do interior do estado de São Paulo. A cidade é internacionalmente conhecida por ser um importante centro de ciência, tecnologia e inovação – desfrutando do maior índice de doutores por habitante do país (aproximadamente um doutor para cada 130 habitantes, segundo dados divulgados pelo governo local), e, paradoxalmente, mantendo níveis medianos de desenvolvimento da educação básica.

Para apoiar programas de ensino básico nesse contexto, o IEA-USP realiza atividades por meio do oferecimento de aulas extras, bolsas de estudo, equipamentos para laboratórios de Ciências nas escolas e organização de eventos educacionais, conforme descrito por Belda e Mascarenhas (2010). Desdobramentos desses programas conduziram à criação da Agência Multimídia de Educação e Difusão Científica e Tecnológica e

também de um Grupo de Trabalho acadêmico multidisciplinar com foco na relação entre a universidade e escolas públicas, considerando os desafios educacionais, falhas de gestão e os papéis complementares dessas organizações em prol de uma educação pública de qualidade.

As duas experiências relatadas neste texto foram implementadas pelos autores a partir de 2006, em colaboração com os funcionários da universidade e das escolas públicas parceiras, ambas de maneira contrastantes e complementares. Foram envolvidas quatro escolas de Ensino Médio, localizadas em três bairros diferentes. A primeira experiência foi realizada pela Agência Multimídia de Educação e Difusão Científica e Tecnológica, com um objetivo de médio e longo prazo: construir uma rede de produção colaborativa e difusão de conteúdos educacionais multimídia. A segunda experiência consistiu na promoção de uma série de palestras interativas e sessões de debate com convidados de diversas áreas, numa dinâmica que incentivou a expressão oral e escrita de alunos participantes, além de aquisição de conhecimento em uma variedade de cenários.

Experiência com uma rede de aprendizagem multimídia

A primeira experiência foi desenvolvida por meio de um conjunto de práticas orientadas por um projeto de pesquisa-ação, com foco na promoção de interações sociais e simbólicas entre cinco grupos distintos de participantes nas esferas das escolas de ensino médio e da universidade (estudantes, professores, estudantes de graduação, estudantes de pós-graduação e professores universitários), além de outros profissionais e membros da comunidade indiretamente envolvidos. As atividades combinam processos de aprendizagem e práticas de produção cooperativa

de conteúdos audiovisuais inspiradas em uma abordagem de edutretenimento interativo (Skelton, 2001).

Um objetivo imediato foi promover novas formas de aprendizagem em rede entre esses grupos, criando circunstâncias práticas para sua colaboração em âmbito presencial e virtual, com foco na aprendizagem comunitária e com o uso de tecnologias de informação e comunicação por alunos e professores, em uma perspectiva *hands on* e *minds on*. Outro objetivo de curto prazo, fortemente associada ao primeiro, foi construir um ambiente virtual de aprendizagem que pudesse atender a necessidades de comunicação interativa entre os participantes e no qual o conteúdo educativo multimídia produzido pelo grupo, e representativo dos conhecimentos gerados, pudesse ser amplamente compartilhando. O objetivo geral da iniciativa era, assim, promover a capacitação para o exercício de novas formas de liderança educacional entre os participantes, ampliando suas experiências de aprendizagem a fim de transformar positivamente a organização escolar.

O modo de articulação desses grupos em uma rede de aprendizagem colaborativa foi diretamente inspirado em metodologias de pesquisa ação participativa. Quando aplicados ao contexto do ensino e da extensão universitária, esses métodos são frequentemente associados ao paradigma epistemológico do construtivismo social (Morin, 2004, apud Thiollent, 2011). Nesse sentido, as atividades propostas eram realizadas coletivamente e mantidas abertas para diferentes graus de participação e envolvimento dos membros da comunidade. Essa abordagem inclui a concepção coletiva dos problemas a serem enfrentados, das ações a serem feitas e das estratégias de colaboração para a realização do projeto e para o intercâmbio dos conhecimentos tácitos e explícitos que emergem nesse processo, incluindo os atos de comunicação e de produção audiovisual que, nesse caso, são considerados também como instrumento de pesquisa.

O projeto envolveu diretamente um grupo de trinta estudantes de Ensino Médio e oito estudantes de graduação nas áreas de Comunicação Social, Ciências da Computação e Educação Científica, que receberam bolsas de estudo oferecidas pela universidade e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a fim de atuar como assistentes e criadores de vídeos, com responsabilidades diárias na mediação da interação mantida entre os grupos, na produção direta de conteúdo multimídia e em sua difusão. Ocasionalmente, um número maior de alunos era também diretamente envolvido em práticas de gravação de vídeo (fazendo perguntas e dando depoimentos sobre seus conhecimentos prévios sobre um tema, por exemplo) ou participando de concursos científicos e culturais ou, ainda, agindo como personagens de ficção em enredos de vídeo educativos.

A um pequeno número de professores do ensino médio foram também oferecidas bolsas de complementação salarial para que pudessem atuar regularmente como consultores na prospecção de informações, na construção do *design* instrucional das peças produzidas e na revisão de seu conteúdo. Um número maior de professores, professores universitários, pesquisadores de pós-graduação e profissionais convidados também foram chamados para participação eventual nos vídeos (respondendo perguntas, dando entrevistas, demonstrando experiências, explicando conceitos e teorias). Também foram promovidas palestras, oficinas e cursos de formação continuada para o treinamento de professores e alunos de ensino médio no uso de *softwares* e dispositivos de produção audiovisual, além da distribuição de materiais paradidáticos de referência para o desenvolvimento de conteúdos educacionais multimídia.

No primeiro ano do programa, duas pesquisas diagnósticas foram realizadas junto aos alunos das escolas de ensino médio

para avaliar seus interesses e hábitos de consumo de conteúdos midiáticos educacionais, considerando uma variedade de temas e plataformas de comunicação usadas para esse fim. Esses levantamentos, considerados seus limites metodológicos, foram tomados como um diagnóstico preliminar para orientar as atividades de produção de vídeo propostas no projeto. Assim, a preferência do aluno por conteúdos de vídeo e multimídia, seus hábitos relacionados ao uso de redes sociais e sua familiaridade com gêneros de entretenimento forneceram parâmetros importantes para nortear os debates que precederam as tarefas de *design* instrucional e a elaboração das pautas de conteúdo, por exemplo.

Para a estruturação das peças de comunicação, foram elaborados padrões de metadados para cinco categorias de conteúdo (vídeo, áudio, texto, imagem e animação), que poderiam ser combinadas em quarenta diferentes classes de conteúdo a serem coletivamente desenvolvidas pelos participantes do programa (como videoaula, demonstração, pergunta, resposta, entrevista, dica etc.) A produção audiovisual derivada do projeto inclui cerca de 380 vídeos, divididos em séries como: "Eu gostaria de saber", "Eu pesquiso", "Eureka", "Ser ou não ser", entre outros, que receberam mais de 428 mil visualizações na internet.[3]

De acordo com esse modelo, a comunicação que flui dentro da rede não é centralizada e as informações geradas por diferentes grupos podem circular e serem usadas em diferentes contextos de aprendizagem, mesclando dimensões presenciais e virtuais das práticas de produção de conteúdo multimídia de modo contextualizado com os relacionamentos significativos mantidos entre os participantes.

3 Disponível em: <http://cienciaweb.com.br>.

Experiência com palestras interativas sobre liderança

A segunda experiência foi baseada em um curso presencial (principalmente sessões de aprendizagem face a face e contextualizadas), que propõe a articulação de um programa de capacitação para liderança entre estudantes de ensino médio de uma população de baixa renda no município de São Carlos.

A abordagem metodológica proposta introduziu a capacitação para liderança como um recurso de aprendizagem em nível individual e grupal, com o objetivo de introduzir habilidades *hard* e *soft* relacionadas à liderança, de modo a conduzir ações transformadoras por meio de uma leitura crítica e analítica do conhecimento e de seu processo de construção. As atividades em grupo foram direcionadas para melhorar a postura crítica e a compreensão, pelos estudantes, de suas interações cotidianas, contextualizando-as para a construção de redes e o desenvolvimento de atributos de liderança, tais como a autoestima, a confiança no grupo, negociação e habilidades de resolução de conflitos. Dessa forma, a construção de redes de conhecimento e a articulação de comunidades de prática foram propositadamente introduzidas em todas as atividades do curso.

Vinte e dois estudantes foram selecionados (com base no interesse, compromisso, gênero e etnia/raça, de todos os anos ou séries escolares de Ensino Médio) e dezenove deles conseguiram chegar ao final de doze sessões semanais, realizadas aos sábados, em uma escola de Ensino Médio localizada no centro da cidade, especialmente escolhida por ser de fácil acesso a todos os grupos. Essa dinâmica aproveitou-se de um programa financiado pelo governo do estado de São Paulo para incentivar o uso dos espaços escolares aos fins de semana, mantendo a escola aberta aos alunos, a suas famílias e à comunidade em geral, incluindo

atividades para a prática de esportes, música, dança, bem como cursos extraclasse realizados por voluntários.

O curso proposto como parte da experiência aqui relatada foi intitulado "Liderança como uma prática diária", e seu programa consistiu de oito sessões temáticas organizadas como palestras interativas apresentadas por profissionais convidados de diferentes esferas de atuação, incluindo a proprietária de uma empresa de limpeza a seco (que representou o empreendedorismo social e de gênero), uma jornalista (que explorou a relação entre mídia e a projeção pública de imagens de liderança), um cacique indígena (que falou sobre formas coletivas e participativas de liderança), entre outros.

Após cada sessão, os alunos participantes avaliaram a experiência respondendo por escrito a três questões, nas quais deveriam citar três novos tópicos aprendidos, explicar como ocorreu essa aprendizagem e quem contribuiu para essa sua experiência de aprendizagem. Os temas das sessões foram selecionados de tal forma a refletir a variedade de entendimentos sobre o que significa a liderança, sua manifestação e a importância das narrativas e estudos de caso na compreensão dessa dinâmica. Os temas dos encontros foram: imagens de liderança na literatura; liderança comunitária entre os ribeirinhos analfabetos na floresta amazônica; mídia e imagens de liderança; sexo e liderança: mulheres e empreendedorismo social (em duas partes); liderança de grupo e sua gestão; a arte de liderança: mudança, liderança e deficiência; e dimensões da liderança aos olhos da tribo indígena brasileira Xucuru.

A abordagem pedagógica utilizada nesta experiência pressupunha aprender sobre liderança como uma prática presente nas interações cotidianas e vividas por pessoas de diferentes esferas sociais, e não limitada a figuras e personalidades bem conhecidas. A demonstração de que essas habilidades de transformação são acessíveis a pessoas comuns pode fazer que os alunos parti-

cipantes compreendam suas próprias possibilidades de atuar como agentes ativos na transformação de suas realidades individuais e coletivas, de forma a maximizar sua contribuição e seu papel na sociedade, visando sua capacitação para o exercício da liderança. Para que isso ocorra, o conhecimento apresentado aos alunos participantes, sob a forma de narrativas, precisaria, ainda, ser explorado e apropriado através de redes de aprendizagem.

Esse tipo de interação para a aprendizagem foi mantida por meio da criação de grupos de trabalho, com cinco ou seis alunos cada, que deveriam articular suas próprias experiências na forma de um projeto final que refletisse o conhecimento global e as habilidades adquiridas durante o período de quatro meses do curso. Para esse fim, os grupos de trabalho atuaram como redes de aprendizagem, nas quais o conhecimento adquirido durante as sessões de palestras foi debatido, questionado, rearticulado e também apoiado até ganhar a forma do projeto do grupo, que seria apresentado ao final do curso, tendo como mote o desenvolvimento da liderança através de redes de aprendizagem.

Embora essas atividades tenham ocorrido, principalmente, de modo presencial, com interações face a face, iniciativas de comunicação por meios virtuais (com uso da internet, através de e-mails, *chats* e redes sociais) também foram mantidas pelos estudantes e professores como forma de reforçar vínculos e amplificar o intercâmbio dos conhecimentos tratados. Os projetos finais foram produzidos pelos grupos e exibidos em formatos de vídeo e apresentação multimídia.

Resultados: capacitando lideranças pela interação simbólica

Ao olhar-se para os resultados dessas experiências, é interessante notar que, enquanto no segundo caso a questão da li-

derança foi abordada de modo direto através da aplicação do conhecimento pessoal dos profissionais convidados, no programa de produção colaborativa de conteúdos multimídia pelos estudantes a questão da liderança surgiu como uma consequência das interações ocorridas no ambiente híbrido de produção e compartilhamento de vídeos através da internet.

Também pode-se considerar, nesse sentido, que uma quantidade considerável de aprendizagem coletiva pode emergir dos atos participativos que envolvem a concepção, geração e organização desses conteúdos educacionais pelos próprios alunos, por meio de atividades de elaboração de roteiro, pesquisa e seleção de informações, apresentação e mediação de entrevistas, gravação e edição de peças audiovisuais, gerenciamento de acervos de conteúdo e bancos de dados, entre outras tarefas.

A responsabilidade de fazê-lo e de divulgar o resultado para os membros internos e para público externo às escolas também parece reforçar não só aspectos da técnica, mas também as dimensões ética e estética desses atos comunicativos, melhorando e desenvolvendo talentos, habilidades, capacidades e interesses dos estudantes que mantinham-se, até então, inexplorados.

Essas atividades coletivas introduzem novos tipos de práticas e articulam diferentes estilos de aprendizagem ao envolverem alunos e professores em relacionamentos que extrapolam os limites da sala de aula e do currículo do ensino formal. Isso implica uma forma diferente de olhar não só para o que está sendo aprendido, mas também para os problemas de onde, quando e com quem os processos de aprendizagem ocorrem.

Por meio dessas experiências, é possível constatar que diferentes interações significativas entre os participantes ocorrem tanto em circunstâncias virtuais quanto presenciais, a partir do momento em que eles se envolvem com o planejamento, a execução, a distribuição e a observação do desenrolar das atividades relacionadas com a produção de conteúdo educacional e com o

intercâmbio de conhecimentos, que podem tanto surgir a partir de experiências do dia a dia como resultar de atividades escolares formais, com essas duas dimensões alimentando-se mutuamente por meio de "entradas" informativas e "saídas" comunicativas.

Nesse modelo combinado de rede de interação, as atividades presenciais incluem reuniões de *brainstorming*, gravação de vídeo, sessões de edição, tarefas de pesquisa em grupo e realização de entrevistas, por exemplo. As interações virtuais, por outro lado, são mantidas principalmente por meio da avaliação, da apresentação e da coleta de dados sobre a repercussão do conteúdo educacional difundido por meio da rede.

Essas interações presenciais podem melhorar habilidades de alunos e professores relacionadas, por exemplo, à comunicação (escrever artigos, elaborar *briefings* e roteiros, falar em público, usar e controlar as expressões faciais e do corpo) e à exploração de elementos físicos relevantes para a produção de mídia (escolhendo o melhor ângulo para fotografar, verificar a intensidade da luz e acústica de som em locais fechados e ao ar livre, entre outros).

Da mesma forma, as interações que ocorrem virtualmente podem melhorar suas habilidades relacionadas ao uso de tecnologias de informação (através da configuração de sistemas de gerenciamento de conteúdo, controle de versões de documentos e fluxos de trabalho, concepção de ambientes virtuais de aprendizagem etc.) e também contribuir para o desenvolvimento de sua capacidade pessoal ao lidar com a crítica do público e outras comunicações típicas de redes sociais (comentar, compartilhar, recomendar *links* ou denunciar conteúdo impróprio ou incorreto).

A abordagem adotada para compreender os efeitos dessas redes de aprendizagem e suas interações simbólicas considera, principalmente, as relações mantidas entre os grupos e as comunidades que coexistem dentro e ao redor do universo escolar e que podem ser mapeadas como uma série de círculos

parcialmente sobrepostos. Esses círculos incluem, com vários níveis de cruzamentos, não apenas estudantes e professores, mas também suas famílias, colegas e amigos de fora da escola, bem como assistentes pedagógicos, funcionários da escola, vendedores, professores visitantes e outras partes interessadas que influem, direta ou indiretamente, na organização e gestão do processo educativo.

Nessa abordagem, propomos que essas redes colaborativas de aprendizagem podem surgir a partir das interações simbólicas mantidas entre esses grupos à medida que eles estabelecem relações presenciais e virtuais de diálogo de intercâmbio, compartilhando tarefas e trocando conhecimentos para resolver problemas ou responder a demandas de comunicação que se criam e renovam-se em torno das iniciativas propostas em torno de um programa de ação.

Os resultados das experiências relatadas nesse texto podem ser descritos em termos de como a dinâmica dessas redes contribui para a transformação das práticas de aprendizagem e para a introdução de novas condições na configuração das práticas educativas nas escolas, de modo a melhorar algumas habilidades dos participantes e enriquecer o alcance dos recursos de conhecimento a eles acessíveis para além dos limites do currículo formal.

Esse processo leva à criação de novos percursos de aprendizagem com foco na cooperação e fomenta o surgimento de uma liderança baseada em interações comunicacionais e educacionais. A observação da dinâmica desses grupos no cotidiano escolar permite-nos concluir que formas enriquecidas de comunicação estão constantemente fluindo através daqueles círculos parcialmente sobrepostos e em múltiplas direções, complementando as atividades de aprendizagem formal e conduzindo a experiência educativa dos alunos para incluir novas dimensões, que extrapolam aquelas do ensino vertical, hierárquico e centralizado que tem por base o currículo oficial, ainda que sem prejuízo deste.

Observamos também que a construção de relações entre diferentes atores em ambientes presenciais e virtuais – e que envolve ver os rostos e ouvir as vozes uns dos outros por meio de imagens de vídeos educacionais interpessoais, por exemplo – também pode ser um fator positivo para a construção de sentido identitário nessas redes de trocas simbólicas.

Esse sentido de responsabilidade coletiva e as relações interpessoais mantidas através da rede poderiam, assim, conduzir os colaboradores em um processo de capacitação para liderança e de desenvolvimento da aprendizagem em diversas dimensões de aquisição, tais como cognitiva (explorando diferentes estilos de aprendizagem e plataformas), social (promovendo interações de grupo e de equipe em torno de atividades orientadas a projetos) e organizacional (renovando ambientes de aprendizagem, fluxos de trabalho, papéis institucionais e de representação do conhecimento).

As organizações e dinâmicas de grupo também podem ser vistas como uma estrutura de múltiplas camadas, considerando a mobilidade de adesão individual e coletiva de acordo com os papéis assumidos em diferentes situações. Por isso, não se pode supor que um único membro da rede de aprendizagem pertença definitivamente a um grupo específico, pois a sua posição pode variar, em médio prazo, por fatores como a progressão na série escolar, posição de seu estágio no programa, nível de compromisso e entusiasmo pessoal relacionado com as atividades propostas, entre outros. Nesse tipo de associação, pode haver grupos compostos por estudantes, professores e pesquisadores universitários que seriam originalmente separados em três perfis diferentes, mas que, na verdade, se unem em uma determinada circunstância ou para cooperar na gravação de uma videoaula ou de um documentário, por exemplo, assumindo papéis híbridos e tarefas sobrepostas.

Discussão: comunicação e protagonismo no processo de aprendizagem

Devido ao fato de a liderança envolver habilidades *soft* ou conhecimento tácito, bem como alterações de comportamento e do sistema de valores, tem sido sugerido que o seu monitoramento e avaliação não precisam estar ligados a desfechos e resultados rígidos. A visão da liderança como um processo sugere, necessariamente, abordagens nas quais o progresso e a mudança possam ser medidos ao longo do tempo ou longitudinalmente. "A competência de liderança é medida por critérios de engajamento – quão efetivamente as tarefas de liderança são realizadas. Os resultados vêm mais tarde – tarde demais, talvez, para avaliar o desempenho" (Nações Unidas, 2006:11, em tradução livre dos autores). Portanto, a liderança como um processo social pode ser avaliada por meio de um entendimento sobre como as pessoas trabalham em conjunto para definir e buscar o seu valor comum (Nemerowicz; Rosi, 1997).

Nossa experiência permite dizer que a liderança surge a partir dessas interações combinadas de diversas formas, resultando no reforço das ligações da rede por meio da oferta de oportunidades de trabalho cooperativo e das mediações simbólicas que ocorrem dentro da rede, à medida que os alunos – e, em menor grau, os professores – assumem papéis proeminentes como protagonistas do processo de compartilhamento de conhecimento e, consequentemente, atraem seguidores para suas ações mediadas por tecnologias de comunicação e informação. Nesse sentido, os indivíduos cujos vídeos e práticas atraem mais espectadores e colaboradores voluntários poderiam ser vistos como líderes de rede dentro da comunidade de aprendizagem, assumindo posições a partir das quais podem interferir, em um maior grau, nas experiências e processos de aprendizagem.

No que diz respeito às suas dimensões pedagógicas, uma visão preliminar do resultado dessa experiência confirma a existência de caminhos formais e informais de aprendizagem que não são exclusivos nem opostos nas práticas educativas (Colley et al., 2002). As decisões sobre temas, problemas, conceitos, definições, fatos, explicações, personagens e até mesmo teorias, entre outras unidades de conhecimento retratadas nos vídeos educacionais, podem ser direta ou indiretamente inspiradas nos próprios tópicos curriculares e nas atividades educativas mantidas regularmente em sala de aula e nos laboratórios da escola, esferas que estão associadas com a aprendizagem formal.

Ao mesmo tempo, há um aspecto fundamental de inovação quando a rede introduz novos elementos nesses processos de decisão, através do estabelecimento de um contrato de comunicação aberto, flexível e dialógico entre os grupos participantes e membros da comunidade escolar, tornando esse processo mais próximo de abordagens educacionais informais e não formais. Por isso, a tomada de decisão nesse tipo de rede de aprendizagem tende a ser mais negociada, resultando em uma instância de aprendizagem horizontal, multilateral e menos estruturada, que implica mudança na organização da escola através do surgimento de novas conexões, diretas e cruzadas, dentro ou em paralelo aos instrumentos hierárquicos e lineares de gestão escolar.

Essa percepção acerca do perfil híbrido das (in)formalidades do processo de aprendizagem pode também apoiar uma análise específica sobre como certos aspectos da aprendizagem podem variar de acordo com o grau de atividade ou de passividade assumido pelos membros da comunidade. Nesse contexto, os papéis dos participantes podem variar de passivo a ativo não apenas em consequência de seu próprio perfil pessoal, referindo-se às suas características cognitivas, mas também, e até principalmente, em função de fatores circunstanciais, como o tipo de conteúdo

educacional tratado, o método de difusão adotado e as plataformas de mídia que são utilizadas em apoio à aprendizagem.

Assim, videoaulas, documentários e entrevistas podem ser associados com a experiência passiva de assistir a um vídeo, enquanto a participação ativa dos membros da rede aparece, com mais ênfase, quando do seu envolvimento na formulação de perguntas, respostas, declarações, manifestações e outros tipos de conteúdo cooperativos gerados durante as oficinas presenciais, sessões de gravação e momentos de interação virtual através do compartilhamento de vídeos, sua avaliação e comentários.

Os resultados desse estudo reforçam a percepção amplamente aceita de que escolas que buscam mudanças orientadas a seus processos educacionais e que adotam procedimentos inovadores podem ser consideradas, efetivamente, como "organizações que aprendem" (Mulford; Silins, 2003). Os impactos da rede no ambiente escolar parecem derivar diretamente de sua capacidade de atrair o interesse comum entre os membros de diferentes grupos, que reconhecem o ambiente da rede como uma valiosa representação de suas interações simbólicas para a aprendizagem mútua e relações interpessoais. Essas mudanças começam por transformar estudantes e outros grupos da comunidade tradicionalmente excluídos da tomada de decisão e do protagonismo nas organizações escolares em participantes ativos, uma vez que o ato de envolver-se na rede pode ser uma forma de influenciar positivamente a qualidade do conhecimento que é compartilhado e também de melhorar a sua própria contribuição pessoal através de projeto de práticas orientadas e da autoria de peças de comunicação midiática.

Novos tipos de liderança também podem se desdobrar dentro dos ambientes escolares quando alunos, professores, funcionários e outros grupos comunitários são estimulados a melhorar a sua própria participação na agenda da instituição. Trabalhar com vídeos nos quais a imagem de uma pessoa é exposta em

contextos educativos também parece reforçar esse apelo simbólico para o autoengajamento em atividades sociais, acadêmicas e de gestão relacionadas com a organização escolar, levando a uma melhor concepção das dimensões da aprendizagem envolvidas nesse processo.

Nesse sentido, o uso de gravação de vídeo face a face pode ser um instrumento especialmente eficaz para que se convidem os membros da escola a verem as contribuições uns dos outros na construção de uma identidade comunitária, preenchendo os espaços virtuais para o armazenamento de mídias com expressões significativas de engajamento pessoal orientadas ao intercâmbio de conhecimento. Essa interação simbólica ajuda a transformar a escola e suas extensões no espaço digital em lugares reais e virtuais, onde a rede adquire vida e significado social no contexto educacional.

O desenvolvimento de liderança entre estudantes, em particular, deve incluir-se ao mesmo tempo dentro e além das experiências educacionais de sala de aula, através do oferecimento de oportunidades para que eles possam demonstrar seus talentos, habilidades e interesses, enquanto continuam a desenvolver novas habilidades. Trata-se, ainda, de dar a esses estudantes um maior empoderamento sobre a apropriação dos programas a que assistem, trazendo algum nível de equilíbrio para a participação e a representação da comunidade escolar na condução da agenda educacional e nas decisões fundamentais sobre o tipo de atividades que deverão estar aí elencadas.

Continua a ser uma questão em aberto entender até que ponto as redes de aprendizagem baseadas em ambientes virtuais multimídia podem impactar, positiva ou negativamente, os aspectos cognitivos e sociais do processo de aprendizagem, tanto em termos de sua dimensão individual quanto organizacional. Mas parece haver algum tipo de entendimento consensual sobre o seu potencial para fornecer novas oportunidades de acesso à

informação, com o uso de tecnologias inovadoras e com a promoção de experiências práticas de aprendizagem colaborativa. Principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, essas novas perspectivas parecem contribuir, para além do nível retórico, nos processos de inclusão digital e na promoção da cidadania entre populações de baixa renda através do enriquecimento dos serviços prestados pelas escolas públicas.

Com base nesses resultados, podemos concluir que o desenvolvimento da liderança no ambiente escolar pode ser favorecido através de relações e interações alimentadas dentro de redes de aprendizagem orientadas para a troca de conhecimento e para a promoção da visibilidade simbólica de seus participantes. Nessa condição, e dependendo da qualidade da informação, estudantes colaboradores tornam-se protagonistas do processo educacional, com o potencial de atrair seguidores e atuar como referência entre os membros da rede, criando novos caminhos para a liderança.

E quanto mais essas redes venham a ser geradas e mantidas, de modo dinâmico, através da colaboração e da participação, mais provável será que essas organizações escolares venham a melhorar as oportunidades oferecidas para a capacitação de lideranças entre seus membros, uma vez que essas plataformas de cooperação fomentam a articulação de estudantes e professores em torno de iniciativas de comunicação e intercâmbio de conhecimentos, estreitando laços de relacionamento e inspirando uma relação efetivamente dialógica no interior das comunidades escolares.

Referências bibliográficas

BELDA, F. R.; MASCARENHAS, Y. Aprendizagem em ambientes e comunidades televisivas: uma experiência-piloto em colégios da rede estadual de ensino em São Carlos. *InterScience Place*, 15, p.95-

116, 2010. Disponível em: <http://www.interscienceplace.org/interscienceplace/article/view/264>.

COLLEY, H.; HODKINSON, P.; MALCOLM, J. *Non-formal learning: mapping the conceptual terrain: a consultant report*. Leeds: University of Leeds Lifelong Learning Institute, 2002. Disponível em: <http://www.infed.org/archives/e-texts/colley_informal_learning.htm>.

DOYLE, M. E., Smith, M. K. *Classical leadership, the encyclopedia of informal education*. YMCA George Williams College, 2001. Disponível em: <http://www.infed.org/leadership/traditional_leadership.htm>.

MORIN, A. *Pesquisa-ação integral e sistêmica*: uma antropopedagogia renovada. Rio de Janeiro, Brazil: DP&A, 2004.

MULFORD, B.; SILINS, H. Leadership for Organisational Learning and Improved Student Outcomes: What Do We Know?. *Cambridge Journal of Education*, 33, n.2, p.175-195, 2003. DOI: 10.1080/03057640320000082820.

NEMEROWICZ, G.; ROSI, E. *Education for Leadership and Social Responsibility*. London, England: The Falmer Press, 1997.

OSPINA, S.; SCHALL, E. *Perspectives on Leadership*: Our Approach to Research and Documentation for the Leadership for a Changing World Program, 2001. Disponível em: <http://www.leadershipforchange.org/insights/conversation/files/perspectives.ph>.

PREECE, J.; MOSWEUNYANE, D. *Perceptions of Citizenship Responsibility Amongst Botswana Youth*. Gaborone, Botswana: Lightbooks, 2004. Disponível em: <http://eprints.gla.ac.uk/967/1/Preece_pages.pdf>.

SKELTON, S. Edutainment-the integration of education and interactive television. IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies, 2001, Madison. *Proceedings*. p.478-479, 2001. DOI: 10.1109/ICALT.2001.943986

THIOLLENT, M. Action Research and Participatory Research: An Overview. *International Journal of Action Research*, 7, Issue 2, p.160-175, 2011. DOI: 10.1688/1861-9916_IJAR_2011_02_Thiollent.

UNITED NATIONS. *Leadership for Human Development*: A UNDP Capacity Development Resource. Capacity Development Group Bureau for Development Policy, United Nations Development Programme, 2006. Disponível em: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/capacity-building/leadership/leadership-for-human-development.html>.

UNITED NATIONS. *Leadership and Social Transformation in the Public Sector*: Moving from Challenges to Solutions. New York: Department of Economic and Social Affairs. Division for Public Administration and Development Management, 2003. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan013665.pdf>.

Esta coletânea apresenta ao leitor uma série de reflexões sobre os problemas contemporâneos da investigação acadêmica na área de Comunicação. Coligindo contribuições de 24 autores, a iniciativa surgiu a partir um debate promovido pela Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPe/Unesp), no ano de 2013, cujo principal objetivo foi reunir diversos pesquisadores das Humanidades para que pudessem trocar experiências em seus respectivos saberes.

Dividida em três eixos articuladores – "As múltiplas formas de linguagem e produção de sentido"; "Políticas e estratégias da comunicação"; e "Relações socioculturais e suas manifestações na esfera da indústria cultural e das mídias digitais" –, esta obra propõe uma abordagem abrangente e atual das questões relativas à pesquisa em Comunicação e constitui um material de referência para todos os interessados no tema.

ISBN 978-85-7983-560-5